

**Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação**  
**Variante em Cultura, Património e Ciência**

Maria Elisa Bessa

**O Papel do Património na Era da Globalização**  
**Análise ao Caso da Cidade do Porto**

2012

Orientador: Professor Doutor José Azevedo

Co-orientador: Professor Doutor Rui Centeno



## Agradecimentos

---

Agradeço aos orientadores deste trabalho, o Professor Doutor Rui Centeno, pelas conversas que me guiaram no estudo do Património e pela imensa literatura que me deu a conhecer; e o Professor Doutor José Azevedo pelos conselhos, estímulos e acompanhamento ao longo de todo o trabalho.

Ana Maria Fonseca e Rute Verdade pela vossa leitura atenta e constante disponibilidade.

Aos amigos pela paciência e incentivo, especialmente nos momentos mais complicados. Aos meus pais, irmão e marido por nunca terem deixado de acreditar, pela compreensão e incentivo em todos os momentos.

*"The times they are a-changing"*

Bob Dylan

*"Aquele que controla o passado controla o futuro, aquele que controla o presente  
controla o passado"*

G. Orwell 1964

*"Explore the past, enjoy the present and protect the future"*

English Heritage campaign

# Resumo

---

O Património tem vindo a assumir uma dimensão de crescente importância para a economia das sociedades atuais. Ao tornar-se um elemento integrante dos mercados económicos, passa igualmente a ser definido como um produto de marketing, que é necessário fomentar, visando o desenvolvimento social e económico das sociedades nas quais está inserido. Em todo este processo a dimensão comunicacional do Património assume especial relevância e deve também ser analisada numa perspetiva global. Apresentamos como exemplo prático para o estudo desta temática o caso da cidade do Porto, Património Mundial da Humanidade.

Palavras-chave: Património – Turismo Cultural – Marketing

# Summary

---

Heritage has been reaching an increasing relevance to economy on nowadays societies. Becoming an inner element of the economic markets, it is equally defined as a marketing product, which is necessary to promote, regarding the social and economical development of the societies it is included. In all this process the communicative dimension of Heritage assumes a special relevance and should be also analyzed in a global perspective. Presenting as a practical example for the study of this theme, the case of Oporto , World Heritage Area.

Key-Words: Heritage – Cultural Tourism - Marketing

<b>Introdução</b> .....	1
<b>Capítulo 1 - Património: Contextualização</b> .....	4
1.1. A Formação da Experiência Patrimonial .....	4
1.2. Conceito de Património Cultural .....	6
1.3. Conceito de <i>uso</i> no Património.....	9
<b>Capítulo 2 – Património: Do Local ao Global</b> .....	13
2.1. A Construção de um Produto de Marketing .....	14
2.2. A Indústria do Património e o Turismo Cultural .....	17
2.3. O Valor do Património nas Sociedades Modernas .....	22
2.3.1. A Importância dos Novos Média.....	26
<b>Capítulo 3 – Metodologia: Caso Prático e Análise de Resultados</b> .....	29
3.1. Contextualização do Caso: A Cidade do Porto .....	30
3.1.1. A Marca: Porto Património Mundial da Humanidade .....	33
3.1.2. Porto 2001 Capital Europeia da Cultura .....	42
3.1.3. O Turismo na Cidade do Porto: Alguns Dados .....	43
3.2. Análise da Representatividade do Património na Imprensa .....	46
3.2.1. Análise dos Resultados .....	51
<b>Considerações Finais</b> .....	70
<b>Bibliografia</b> .....	74
<b>Fontes Documentais</b> .....	79
<b>Anexos</b> .....	80

# Índice de Figuras

---

<b>Figura 1</b> - O Porto em Números: Demografia e Território ( <a href="http://www.cm-porto.pt">www.cm-porto.pt</a> ) .....,.....	31
<b>Figura 2</b> – População Residente Centro Histórico (Gabinete de Monitorização do Plano de Gestão do Centro Histórico do Porto Património Mundial, 2011) .....	32
<b>Figura 3</b> – População residente na área inscrita como bem na lista de Património Mundial (GEP, 2008).....	33
<b>Figura 4</b> – Limites da Área Património Mundial e Buffer Zone (Porto Vivo, SRU) .....	36
<b>Figura 5</b> – Organismos responsáveis pela recuperação do Centro Histórico do Porto (Porto Vivo, SRU).....	37
<b>Figura 6</b> – Pedidos de licenciamento à Porto Vivo, SRU (Porto Vivo, SRU) .....	40
<b>Figura 7</b> - Investimento Público no Centro Histórico (Porto Vivo, SRU) .....	40
<b>Figura 8</b> - Investimento Privado no Centro Histórico (Porto Vivo, SRU) .....	40
<b>Figura 9</b> - O Porto em números – Turismo (CMP, 2011) .....	44
<b>Figura 10</b> - Hostels e Galerias de Arte no Centro Histórico do Porto (Porto Vivo, SRU) .....	45
<b>Figura 11</b> – O Património na Imprensa: de 1996 a 2011 .....	51
<b>Figura 12</b> – Tipo de Artigo .....	53
<b>Figura 13</b> – Cruzamento de Dados entre o Tom do Artigo e o Tipo de Artigo .....	54
<b>Figura 14</b> – As Fontes dos Artigos .....	55
<b>Figura 15</b> – Tipo de Artigos e as Fontes: Alguns Destaques .....	57
<b>Figura 16</b> – Investimento na Área do Património (%) .....	57
<b>Figura 17</b> – Cruzamento de dados entre os Atores e o Número de Artigos: alguns destaques .....	61
<b>Figura 18</b> – Atitude dos Atores (%) .....	61
<b>Figura 19</b> – Os Temas Abordados .....	63
<b>Figura 20</b> – A Identidade Histórica nos média (1996 – 2011) (Nº) .....	65
<b>Figura 21</b> – O Turismo nos média (1996 – 2011) (Nº) .....	67

# Índice de Fotografias

---

<b>Foto 1</b> – Panteão, Roma (Elisa Bessa). .....	9
<b>Foto 2</b> – Interior do Tate Modern, Londres (Elisa Bessa).....	11
<b>Foto 3</b> – Interior do Centro Português do Fotografia, Porto (Elisa Bessa). .....	11
<b>Foto 4</b> – Torre Eiffel, símbolo da cidade de Paris (Elisa Bessa) .....	23
<b>Foto 5</b> – Reconstrução virtual de Lisboa antes do terramoto (Diário de Notícias) .....	26
<b>Foto 6</b> – Fachada do Cinema Águia D´Ouro ( <a href="http://www.outra-face.blogspot.pt">www.outra-face.blogspot.pt</a> ) .....	41
<b>Foto 7</b> – Fachada atual do B&B Hotel Porto ( <a href="http://www.porto-sentido.blogs.sapo.pt">www.porto-sentido.blogs.sapo.pt</a> ) .....	41



# Abreviaturas

---

CEC – Capital Europeia da Cultura

CMP – Câmara Municipal do Porto

CRUARB – Comissário para a Renovação Urbana da Área Ribeira/ Barredo

GEP – Gabinete de Estudos e Planeamento

ICOMOS – International Council on Monuments and Sites

IGESPAR – Instituto de Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico

INAC – Instituto Nacional de Aviação Civil

ONU – Organização das Nações Unidas

SRU – Sociedade da Reabilitação Urbana

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization



## Introdução

---

Se o Património começa por ser um ramo da História, que nos permite conhecer e estudar o passado, ao longo dos tempos transforma-se num instrumento capaz de controlar o futuro. Quando tal acontece, adota imediatamente uma dimensão política e económica que se assume também como uma moda social e cultural. Este processo só se torna possível porque, essencialmente, o Património nos transmite emoções.

O ponto de partida deste trabalho de investigação baseia-se no facto de o conceito de Património, seja este material ou imaterial, ultrapassar a mera interpretação factual de acontecimentos, monumentos ou coleções museológicas. Tomemos por exemplo uma visita turística levada a cabo por um grupo de pessoas a uma cidade histórica e ao seu núcleo de monumentos edificadas (conhecidos vulgarmente por “Centro Histórico”). Neste contexto, todas as pessoas fazem a mesma interpretação daquilo que veem ou, pelo contrário, a imaginação e o conhecimento de cada um conduzem a interpretações diferentes? Quando ingressei no Programa Erasmus na cidade de Wuppertal, na Alemanha, tive claramente a percepção das distintas emoções que o Património é capaz de transmitir aos seus diferentes públicos. A cidade foi parcialmente devastada durante a II Guerra Mundial e reconstruída segundo as normas urbanísticas da época. Não sendo propriamente rica em monumentos, conservava ainda alguns edifícios históricos que foram sendo reconstruídos. O grupo de estudantes italiano considerava tudo feio em comparação com o seu país. Os espanhóis, orgulhosos da sua arquitetura de palácios amplos, achavam todas as cidades escuras e tristes. Já o grupo de franceses considerava que à cidade faltava “fascínio”. O Património não só permite uma interpretação pessoal, que vai muito para além da interpretação de factos históricos, como também incentiva a que essa interpretação seja feita. No decurso da investigação levada a cabo para a realização deste trabalho, entre os muitos autores que se debruçam sobre esta temática, Lowenthal merece destaque pela originalidade com que se debruça sobre o tema ao afirmar que o “(...) património é como Hollywood” (1998: 170). O autor quer transmitir que o Património é uma história baseada em factos reais. Na realidade, o valor da sua dimensão reside no uso que lhe é aplicado no presente, já que, ao contrário da história, não vive do passado.

A definição de Património Cultural como “o conjunto de todos os bens, materiais

ou imateriais que, pelo seu valor próprio devem ser considerados de interesse relevante para a identidade da cultura de um povo” (UNESCO, 1972), legitima a construção de conceitos ligados a ideologias nacionalistas, de preservação da memória e identidade dos povos, «estudar para conservar; conservar para legar». Já C.A. Ferreira de Almeida defende um aspeto duplo do património como valor de identidade e de memória da comunidade e do património como qualidade de vida, física e cultural do Homem, vincando a ideia que é a partir destes dois conceitos que ele será valorizado e falado, remetendo para estes dois níveis a sua importância (1993). Por outras palavras, se o pilar da importância do Património assenta na transmissão de valores sociais, este só será valorizado se contribuir para a qualidade de vida nas sociedades nas quais está integrado. Contrariamente ao que acontece com a história, o Património permite alterações que, naturalmente, vão de encontro às necessidades das sociedades modernas: “History is the remembered record of the past: heritage is a contemporary commodity purposefully created to satisfy contemporary consumption” (Ashworth, 1998: 16).

Não sendo um conceito estático, mas antes em constante mutação, o Património tem a capacidade de se tornar em algo apelativo, que se quer não só preservar como também visitar. Neste contexto, a indústria do Turismo encontra-se entre as mais importantes para a economia atual. Segundo dados do IPDT (2008) as visitas turísticas internacionais passaram de 25 milhões em 1950 para 900 milhões em 2007, sendo que o Património é responsável por uma percentagem muito significativa da oferta turística internacional, segundo Coias e Silva “em termos médios europeus, cerca de 30% das motivações e dos consumos turísticos são induzidos direta e indiretamente pelo Património.” (Ralha, 2006: 2). O Turismo Cultural definido como “as visitas realizadas por pessoas externas a uma localidade motivadas total ou parcialmente pelo interesse na oferta histórica, artística, científica, estilo de vida ou património de uma comunidade” (Camarero Izquierdo e Garrido Samaniego, 2008: 35), garante benefícios que se prendem com a preservação dos monumentos e culturas, como “o desenvolvimento de efeitos indiretos na região: desenvolvimento do setor terciário, criação de emprego, entre outros.” (Ballart e Tresserras, 2005: 205). Os objetivos e preocupações das classes governativas em relação ao Património deixam de estar somente relacionados com questões de preservação e transmissão de valores às futuras gerações, mas estendem-se à necessidade de entender compreender e abordar o Património como um produto de marketing, essencial no desenvolvimento e diferenciação das regiões. A época de grande instabilidade económica e social que as sociedades atualmente enfrentam contribui

também para que estas procurem encontrar alguma estabilidade em valores sociais que são transmitidos pelas gerações anteriores. Também o Marketing atravessa uma nova fase que Kotler (2011) designa de «Marketing 3.0», que se resume a uma forma de marketing emocional, isto é, à capacidade que as empresas têm de criar laços emocionais com os públicos dita o seu sucesso nos mercados atuais. Ora, esta nova fase do Marketing vem de encontro à dimensão comunicacional do Património, no sentido de diferenciar as culturas locais numa era de globalização.

Ao longo deste trabalho de investigação tentamos não descurar os vários aspetos do Património, mas a sua base fundamental refere-se ao Património Edificado, com ênfase nos Centros Históricos. Segundo dados do Turismo Portugal (2006) estima-se que 14% das viagens de lazer realizadas na Europa são feitas com o intuito de conhecer as atrações de uma cidade, sendo esta forma de viajar designada por *City Breaks*, prevendo-se que é a forma de viajar que mais turistas vai atrair este milénio. A cidade do Porto não é exceção a esta tendência de viagens.

Merecem destaque dois eventos que marcam a vida da cidade no que respeita ao Património: em 1996 a classificação do Porto como Património Mundial da Humanidade e em 2001 a sua eleição como Capital Europeia da Cultura. Pela sua grandeza, estes eventos vêm influenciar a cidade a vários níveis como o social, cultural, urbanístico e consequentemente económico. Para estes dois acontecimentos pretendemos analisar o modo como se procedeu à candidatura, quais os seus objetivos e como a cidade se transformou num polo de atração turística catalisado em parte pelo seu património histórico. Com o estudo do caso da cidade do Porto, o que se pretende é uma análise objetiva a uma cultura local na era do global, pelo que se justifica perceber qual foi a abordagem dos média. Por outras palavras, o objetivo que presidiu à realização deste trabalho foi o de avaliar os diferentes tipos de discursos associados ao Património e a forma como foram sendo adaptados aos acontecimentos que marcam a cidade do Porto.

Interessa, portanto, compreender e analisar de que forma se comunica o Património e a sua relevante dimensão económica hodierna, enquanto tema global, focando particularmente o caso da cidade do Porto.

# Capítulo 1

## Património: Contextualização

O Património ocupa um lugar de relevo nas sociedades modernas. Alguns autores defendem que se trata de uma palavra que está na moda, atendendo a todo o interesse que tem suscitado nas várias vertentes sociais. Atualmente, o termo é utilizado para os mais diversos fins e aplicado a distintas realidades: política, económica, social e cultural. Esta realidade legítima, muitas vezes, intervenções no vasto leque do que atualmente entendemos como Património Cultural, que passa por níveis individuais (*methods of behaviour*) municipais, europeus e mundiais. Porém, nem sempre o Património assumiu a mesma significância que lhe está inerente nos dias de hoje. À mercê das várias alterações histórico-sociais, atualmente chegamos ao ponto de classificar como merecedor de valor patrimonial um pouco de tudo, tendência apelidada de «complexo de Noé» (Almeida, 1998: 13).

### 1.1. A Formação da Experiência Patrimonial

*“Por monumento, no sentido mais antigo e primogénito, entende-se uma obra realizada pela mão humana e criada com o fim específico de manter as proezas dos destinos individuais (ou um conjunto destes) sempre vivos e presentes nas consciências das gerações futuras.”* (Riëgl, 2008: 23).

As pirâmides do Egito são seguramente um dos maiores exemplos de edificações realizadas pelo Homem que, pela sua grandeza e também durabilidade, mantiveram vivas as proezas individuais e coletivas de um povo. No entanto, abundam igualmente os casos, especialmente relacionados com motivos nacionalistas ou religiosos, em que se destroem antigos monumentos, símbolos de um regime ou religião, para construir novos, mais de encontro às novas idealizações pretendidas. Um dos exemplos mais pragmáticos está patente na geografia da cidade de Jerusalém que alberga ruínas de

templos pagãos, templos dedicados ao Judaísmo, depois ao Cristianismo e por último ao Islão, tendo sido sucessivamente construídos uns sobre os outros, adotando os lugares de culto das respetivas crenças. Mais recentemente, o mediático caso da estátua de Saddam Hussein situada no centro de Bagdad, derrubada por tanques norte-americanos e de seguida totalmente destruída por populares iraquianos, como forma de celebração da queda de um regime, elucida bem esta realidade ligada ao Património.

Na verdade, apesar de ser antigo o recurso aos monumentos como forma de marcar posições de poder e de fazer perdurar feitos importantes na memória das gerações futuras, o sentido de preservação destes monumentos começou muito mais tarde. Na Europa, os primeiros indícios que nos levam ao entendimento da importância da sua preservação apareceram com a revolução francesa no século XVIII. Atendendo a todo o caos vivido neste período, com pilhagens e destruições de bens da Igreja e da monarquia, alguns dos responsáveis políticos da época abordaram a necessidade de salvaguardar o Património artístico e monumental da nação, “*after the French revolution heritage became a question of interest for everyone*” (Ashworth e Howard, 1999: 16). De uma forma tímida e disfarçada, aparece aqui o conceito de Património revestido de cariz de importância nacional, deixando assim, de estar associado a “um conjunto de bens materiais, pertença de uma pessoa jurídica, pessoa, casa ou instituição” (Almeida, 1998: 12).

Já no século XIX, também relacionada com a evolução dos meios de transporte e facilidade de deslocação, a fluência de visitantes a testemunhos materiais, isto é, a monumentos, é cada vez maior, levando não só à necessidade de se criar legislação para a preservação desses sítios, como também se inicia a discussão em torno do conceito de *uso*, por outras palavras, a discussão em torno da função que estes locais poderão desempenhar para as sociedades modernas. É por esta altura, em 1903, que Aloïs Riegl elabora o *Der Moderne Denkmalkultus* (O Culto Moderno dos Monumentos), ainda hoje tido como o «trabalho fundador» sobre a preservação, classificação e significação do Património. No entanto, o âmbito que este abrangia era reduzido, circunscrevendo-se aos «monumentos históricos e artísticos», isto é elementos escritos e edificados. Atualmente, o conceito de Património estende-se pelas mais diversas realidades. Segundo a definição de C.A. Ferreira de Almeida:

*“Património é tudo o que tem qualidade para a vida cultural e física do homem e tem notório significado na existência e na afirmação das diferentes comunidades, desde a vicinal e paroquial, à concelhia, à regional, até à nacional e internacional. É*

*neste duplo aspeto, isto é, o de Património como valor de identidade e de memória de uma comunidade e, sobretudo, o de Património como qualidade de vida que ele será cada vez mais falado e se lhe dará, futuramente, uma muito maior importância e atenção” (Almeida, 1998: 10).*

Presentemente, o Património abrange tantas realidades que dentro da sua definição cabe o mais complexo dos significados, assim como é possível a mais simples das definições: “Património é tudo aquilo que as pessoas quiserem conservar, preservar, proteger ou colecionar, normalmente tendo em vista a transição para outros. É muito difícil definir Património (...), o melhor é ser visto como um processo que acontece às coisas ou um mecanismo de marketing” (Ashworth e Howard, 1999: 11).

Podemos assim argumentar que, sempre que falamos em Património, falamos em sociedades, em pessoas, em espaços com vida. Longe de ser um conceito estático, o Património é um conceito envolvido intimamente com as sociedades que o rodeiam e que simultaneamente lhe atribuem o seu valor.

## **1.2. Conceito de Património Cultural**

O conceito de Património Cultural foi, deste modo, a pouco e pouco, e por força de circunstâncias histórico-sociais, evoluindo, conquistando um papel cada vez mais relevante nas sociedades modernas. As principais iniciativas que visam a definição e proteção do Património Cultural surgem por iniciativa da ONU através da UNESCO. Na Convenção para a Proteção do Património Cultural e Natural da Humanidade adotada pela UNESCO, em Paris, no ano de 1972, define-se Património Cultural como um conceito que engloba três pontos fundamentais:

*“Os monumentos: Obras arquitetónicas, esculturas ou pinturas monumentais, incluindo grutas e inscrições, assim como os elementos, grupos de elementos ou estruturas de especial valor do ponto de vista arqueológico, histórico, artístico ou científico;*

*Os Conjuntos: grupos de construções isoladas ou reunidas que pela sua arquitetura, unidade ou integração na paisagem, têm um valor especial do ponto de vista da*



*história, arte ou ciência;*

***Os locais de interesse:*** *zonas topográficas, obras conjugadas do Homem e da Natureza que têm um valor especial devido à sua beleza ou ao seu interesse do ponto de vista arqueológico, histórico, etnológico ou antropológico.*” (UNESCO, 1972).

O ponto designado como *locais de interesse* é já um acréscimo à definição de Património defendida por Riëgl (2008), uma vez que abrange obras não só edificadas pelo Homem, mas também pela Natureza. No entanto, neste documento não está ainda referenciado o Património Imaterial, limitando o Património Cultural a vestígios físicos. A definição do conceito só viria a ser alterada em 2003, na Convenção sobre o Património Cultural, em que a UNESCO traça novos objetivos, alargando então o conceito aos vestígios imateriais:

*“Para efeitos desta Convenção, considera-se Património cultural imaterial as práticas, representações, expressões, conhecimentos e aptidões – bem como os instrumentos, objetos, artefactos e espaços culturais que lhes estão associados – que as comunidades, os grupos e, sendo o caso, os indivíduos reconheçam como fazendo parte integrante da sua herança cultural. Esta herança cultural imaterial, transmitida de geração em geração, é constantemente recriada por comunidades e grupos como resposta ao ambiente, à sua interação com a natureza e com a história, dotando-os de um sentido de identidade e continuidade e desse modo promovendo o respeito pela diversidade cultural (...).*

*O Património Cultural imaterial manifesta-se nos seguintes domínios:*

- a) Tradições e expressões orais, incluindo a linguagem como um veículo da herança cultural imaterial;*
- b) Artes de Palco;*
- c) Práticas sociais, rituais e eventos festivos;*
- d) Conhecimentos e práticas relacionadas com a natureza e com o universo;*
- e) Aptidões ligadas ao artesanato tradicional”*

(UNESCO, 2003).

Portugal ratificou esta convenção em Março de 2008.

Inseridos no já vasto conceito de Património Cultural, estão os conjuntos arquitetónicos que constituem as cidades e vilas. Neste caso, trata-se não só de um

tecido urbanístico com características próprias, com traços arquitetónicos de várias épocas, bem como de toda a dinâmica social que os envolve, uma vez que são núcleos habitacionais e laborais das populações que constituem, por seu turno, parte integrante destes centros históricos. Considerados “testemunhos vivos de épocas anteriores adquirem uma importância vital para cada ser humano e para as nações que neles encontram a expressão da sua cultura e, ao mesmo tempo, um dos fundamentos da sua identidade” (UNESCO, 1976). Atendendo ao perigo iminente de desaparecimento destes centros históricos, através da deterioração exercida naturalmente pela passagem do tempo, ou de projetos de modernização, em 1976 a UNESCO, na Convenção de Nairobi, deixa a recomendação fulcral de que a preservação destes espaços seja tida em conta por cada nação, e feita numa parceria entre as populações e os estados, “considerando que essa situação implica a responsabilidade de cada cidadão e impõe aos poderes públicos obrigações que só eles podem assumir” (UNESCO, 1976).

Quando o Património Cultural se refere a estes centros históricos, o seu valor transcende os conjuntos arquitetónicos, uma vez que a preservação e desenvolvimento destes espaços são construídos em conjunto entre as populações que nelas habitam e trabalham e os proprietários dos monumentos e imóveis que constituem estes centros históricos. Assim como, neste ponto, a questão da propriedade é ampliada, deixando de ser exclusivamente do Estado, Igreja ou grupos económicos, e passando também a abranger um número considerável de pequenos proprietários. A nível europeu, a maioria dos estados assume um papel intervencionista nesta área e Portugal não constitui exceção. Relativamente à maioria dos imóveis inseridos nestes espaços, atribui-se a classificação de *Imóvel de Interesse Público*, isto é, mesmo tratando-se de uma propriedade privada, uma vez classificada como tal, fica o seu proprietário obrigado a seguir as normas de conservação impostas, recebendo, em contrapartida, benefícios que servem também como catalisadores de forma a incentivar à conservação dos edifícios. Em Portugal, esta classificação cabe ao IGESPAR, instituto a cargo da Secretaria de Estado da Cultura.

A definição de Património assenta cada vez mais, não num conjunto de características, mas antes em discursos de especialistas que definem o que cabe dentro deste vasto conceito. “This indeed is what has happened, reinforcing perceptions of the heritage game as essentially a self-referential process” (Throsby, 2001: 75).

### 1.3. Conceito de *uso* no Património

Um elemento comum às definições sobre Património transmite-nos a ideia de que este adquire o seu valor como algo que vive no e do presente. Esta perceção é amplamente sustentada por C.A.F. Almeida quando defende que “o Património não pode ser olhado como uma reserva e, menos ainda, como uma recordação ou nostalgia do passado mas, antes, como algo que tem de fazer parte do nosso presente” (1993: 412). No entanto, só é possível que o Património seja um elemento do presente, se este se adequar às novas realidades. Um exemplo desta adaptação remonta ao caso do Panteão na cidade de Roma, antigo templo dedicado aos deuses pagãos que escapa à destruição com a sua transformação num templo cristão, sendo hoje uma das principais atrações turísticas da cidade.



Foto 1: Panteão, Roma.

Riëgl é o primeiro autor a defender o *uso* dos monumentos como forma da sua preservação, considerando que “numerosos monumentos religiosos e profanos hoje possuem a capacidade de ser utilizados de modo prático, e de facto são, se lhes retirarmos esta utilização, na maioria dos casos haveria de se criar algo que os substituísse” (2008: 73). No entanto, para que o *uso* de um monumento ou de qualquer

outro edifício seja possível, é necessário que este se adapte às necessidades de bem-estar de quem o utiliza, ainda segundo Riëgl, “um edifício antigo, por exemplo, que esteja a ser utilizado com um fim prático, deve manter-se num estado tal que possa albergar o Homem sem perigo de segurança, vida ou saúde” (2008: 73). O autor, acrescenta ainda que: “genericamente poder-se-á dizer que para o valor de uso é absolutamente indiferente o tratamento que se dê a um monumento, desde que a sua existência não seja afetada. Contudo não se pode fazer nenhuma concessão ao seu valor de antiguidade.” (ibidem).

Tal como abordado anteriormente, nos nossos dias, esta classificação, para além dos monumentos, abrange os núcleos arquitetónicos mais antigos das cidades e vilas, como é o caso do centro histórico do Porto, classificado pela UNESCO como “Património Cultural da Humanidade” no ano de 1996. Há, no entanto, diferenças substanciais na defesa da preservação destes centros históricos. “Este é um tipo de Património onde as intervenções têm regras diferentes, onde o arranjo interno é mais livre, porque é necessário higienizar e dar às casas condições de habitabilidade” (Almeida, 1998: 14). Nestas situações, o conceito de imóvel classificado já não se limita a um monumento específico, mas sim a um conjunto arquitetónico, que pelas suas características históricas dotam este Património de interesse mundial. Trata-se pois de criar condições de habitabilidade, condições físicas e sociais adequadas para que as populações destes locais se tornem parte integrante do Património. É precisamente a partir do ponto de vista do conceito do *uso*, que são legitimados os restauros e modificações, que ao permitem as alterações de funcionalidade catalisam a entrada do Património no setor económico, ao criarem as condições necessárias para que os edifícios sejam rentabilizados. Abundam exemplos em que as modificações assumem um carácter cultural, como o caso do Museu de Arte Moderna Tate Modern em Londres instalado na antiga central elétrica, do Centro Português de Fotografia na cidade do Porto que ocupa o espaço da antiga Cadeia da Relação ou da Boekhandel Selexyz Dominicanen em Maastricht, uma livraria que fica instalada numa antiga Igreja Dominicana. Também os conjuntos arquitetónicos assumem um papel importante no setor económico. Para além de serem lugares onde continuam a habitar as populações locais, o setor dos serviços ligados principalmente ao retalho, restauração e hotelaria ocupa grande parte destes espaços nos centros históricos das cidades, contribuindo deste modo para o desenvolvimento da economia regional.

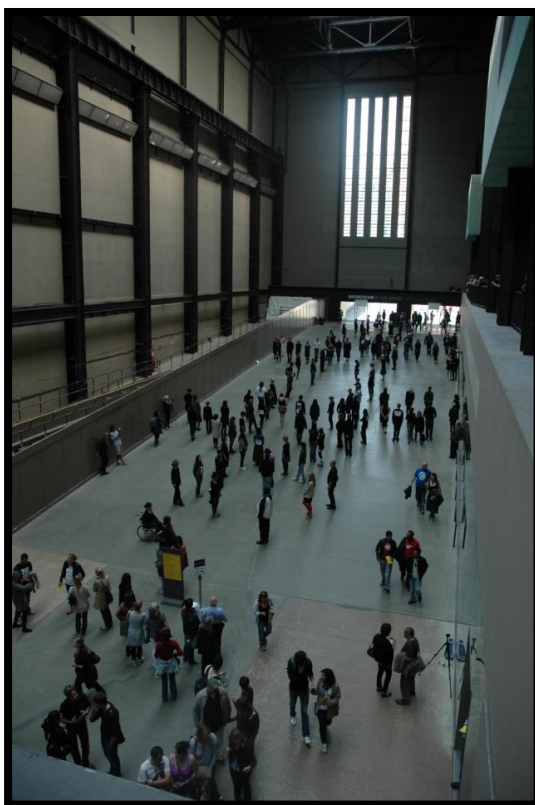


Foto 2: Interior do Tate Modern, Londres.



Foto 3: Interior do Centro Português de Fotografia, Porto.

Este processo vem alterar o modo como o Património é encarado pelos profissionais ligados a esta área, “y en ello aparece una novedad explosiva para cuantos trabajan en el sector —, convirtiéndola en algo parecido a una intervención normal (pública o privada) en el territorio, encaminada a perseguir objetivos de desarrollo en el campo industrial o en el de los servicios.” (Martín, 2001: 27). No entanto, as mudanças de atitude em relação ao Património não são só vividas por estes profissionais. Na realidade, vão ser sentidas por todos os membros da comunidade e em vários setores, especialmente no turístico e no cultural. É esta relação do Património com as populações numa era de economia e comunicação a uma escala global que passamos a analisar de seguida.

## Capítulo 2

### Património: Do Local ao Global

“A globalização é, porventura, o fenómeno mais importante da sociedade contemporânea – ele molda a nossa vivência quotidiana e tem consequências em todas as esferas da vida social.” (Carvalho, 2006: 9). A literatura observa normalmente três dimensões da globalização: económica, política e cultural. McLuhan (2008), descreve o processo comunicativo abordando uma dimensão cultural da globalização, onde o progresso tecnológico permite comunicar diretamente com qualquer pessoa. Na perspetiva do autor, o meio para que tal processo tomasse lugar era a televisão. Atualmente vivemos na *Aldeia Global* profetizada por McLuhan, mas ao contrário do que este previra não é a televisão, mas sim a Internet que a realiza. As redes supranacionais dos *media* ilustram bem a dimensão cultural da contemporaneidade.

Não obstante a globalização ocupar um lugar central nas sociedades, não se pode afirmar que a cultura local já não tem lugar. Pelo contrário, ao fomentar uma cultura universal esta acaba por reforçar a cultura tradicional, contribuindo deste modo para um dos paradoxos da globalização. Mais do que uma cultura global existem inúmeras culturais locais que contribuem para uma dinâmica global (Palladino, 2010). Contrariando o que o que à partida seria de esperar como resultado da globalização – uma homogeneização mais ou menos universal de usos e costumes - as realidades locais ganham novo protagonismo. De acordo com Castells (1998: 435), “a economia global não é um sistema indistinto constituído por empresas e fluxos de capital, mas uma estrutura regionalizada em que as velhas instituições nacionais e as novas entidades supranacionais ainda desempenham um papel importante”.

Apesar de o primeiro objetivo do Património passar pela unificação nacional, uma vez que a partilha do mesmo Património cultural conduz à partilha de uma identidade nacional, a partir do momento em que este passa a ser parte integrante da economia global, através do seu papel ativo na indústria do turismo, atravessa primeiro as fronteiras das regiões e depois as nacionais, acabando por funcionar como marca catalisadora de um país. Podemos afirmar que a política cultural atual segue a trajetória

local – nacional – global (Canclini, 2000). Aliás, o local e o global existem um em função do outro como tão bem expressa a teoria do Marketing: *Think global, act local*.

## 2.1. A Construção de um Produto de Marketing

*“Heritage based on a true story”* (Lowenthal, 1998: 170).

O valor do Património reside no presente e ao mesmo tempo na imagem que através dele temos do nosso passado. No entanto, ao contrário do que acontece com a História, a imagem que nos é transmitida pelo Património nem sempre vai de encontro aos fatos reais, sendo muitas vezes construída ou ficcionada:

*“Heritage and history are necessary for identity formation, but there is a subtle distinction between the two. Simply put, History is the remembered record of the past: heritage is a contemporary commodity purposefully created to satisfy contemporary consumption”* (Ashworth, 1998: 16).

A interpretação nem sempre correta de fatos históricos ajuda a construir mitos, evidencia o profano, as pequenas histórias, construindo pontes que contribuem para uma maior identificação das sociedades atuais com o seu passado. “The Worth of heritage is likewise gauged not by critical tests but by current potency” (Lowenthal, 1998: 127). O Património conduz as sociedades para algo que vem do passado e é transmissível como uma história de geração em geração. Esta ideia remete para a *teoria do narrador* de Walter Benjamin, quando aplicada à tradição oral: Quando uma história vai passando, ao longo do tempo, de narrador em narrador, vai ganhando novos contornos, acabando por se tornar mais interessante ao ouvinte do que os factos ‘reais’, tal e qual eles são ou ocorreram. Esta construção de mitos está intimamente ligada à necessidade dos governantes criarem ou protegerem uma determinada identidade nacional e deste modo não relataram a história exatamente como aconteceu. Um bom exemplo serão os livros de história lecionados nas escolas, especialmente quando o país enfrenta ditaduras, mas também porque um mito é sempre de mais fácil compreensão e memorização do que uma lista, por vezes enfadonha, de factos comprovados. Denota-se aqui uma necessidade de dramatizar o passado, comum a todo o ser humano quando fala da sua



biografia, enaltecendo alguns factos e mesmo ocultando ou retirando significado a outros. Na história, o processo muitas vezes não é assim tão diferente de uma autobiografia (Lowenthal, 1998: 143). Lowenthal chega mesmo a afirmar que “heritage actuates a mountain of false information that sustains all societies” (ibidem: 129). Esta forma de transmitir os factos é, naturalmente, mais apelativa às massas, “history and heritage transmit different things to different audiences” (idem: 128), adequando-se melhor à ligação intrínseca que se estabelece nas sociedades modernas entre a indústria do Património e a indústria do turismo, não deixando, no entanto, de ser um processo natural das sociedades a adaptação de novas visões sobre símbolos antigos, tal como defende Orwell; “we must add to our heritage or lose it” (Orwell, George, *The Lion and the Unicorn* (1941) in Lowenthal, 1998: 171). Tanto o Património como a cultura são em si conceitos mutáveis que acompanham as sociedades e as suas alterações estruturais. “Culture should be viewed as an evolving hybrid force instead of one with a waning presence. Because of its importance to patrimonial construction, it follows that culture itself must shift in meaning and evolve” (Palladino, 2010: 26).

*Enterprise* (iniciativa, empreendimento) (Corner e Harvey, 1991) significa mudança e ação. Quando unido ao Património, o conceito conduz o passado para a modernidade e para toda a exaltação da vida contemporânea. Por outras palavras faz a ligação do Património aos mercados. “The spirit of enterprise offers itself as the motor of change, innovation, and development, the spirit of heritage offers the reassurance of continuity with a shared past. However, the very popularizing of this past as an element within a growing and almost always co-modified leisure culture, has necessitated its representation in more lively and engaging relationships with popular pleasures, aspirations and interests in the present.” (idem: 72).

Através deste processo, o Património extravasa a imagem nacional, associada à identidade de cada país, e abre-se à construção de uma imagem internacional. Torna-se, deste modo, numa questão global, transformando-se na *marca* de um país. Esta imagem internacional vai servir diretamente a indústria do turismo, pois o Património como marca de uma região ou país ganha valor ao contribuir para a distinção em relação aos demais. “These brands usually represent a cohesive, nation-wide strategy” (Nworah, 2006). É também neste ponto que a ligação do Património ao marketing é estabelecida. Este deixa de colocar somente questões relacionadas com a sua preservação para levantar questões direcionadas à criação de uma imagem apelativa para o maior número de pessoas. O que se pretende do Património já extravasa as fronteiras das regiões ou

países, a audiência a que se pretende chegar torna-se global, *“thus far, discussion of patrimony has limited it to a national sphere. It is when the product becomes an international entity which crosses borders and inserts itself into other cultures that its implications for globalization become apparent. Without an understanding of international image formation and branding, it would be difficult to analyze globalized industries. Branding has become a buzzword in the tourism industry for a nations endeavor to locate and promote unique aspects within the culture in order to competitively posture for increased tourism revenues”* (Palladino, 2010: 32).

O marketing assume um papel fundamental para a Gestão do Património, quer se trate de museus, sítios arqueológicos, monumentos ou cidades Património mundial, subordinados a uma gestão pública ou privada. É necessário preservar a oferta e fomentar a procura, atendendo sempre que se trata de um produto cultural com forte ligação à sociedade na qual se insere. Para descrever o conceito de marketing do Património cultural adotamos a definição de Camarero Izquierdo e Garrido Samaniego (2008: 65):

*É um processo de gestão dos produtos culturais cujo objetivo é satisfazer as necessidades dos diferentes públicos (residentes, turistas e sociedade) de forma rentável.*

A catalogação de uma região ou lugar como Património Mundial da Humanidade é um excelente exemplo da orientação social do marketing do Património, pois tem como função preservar, melhorar a qualidade de vida da população e ao mesmo tempo atrair o turismo. No caso de locais Património Mundial da Humanidade, a comunicação tem de ser orientada não só para os potenciais visitantes mas também junto das entidades que o vão ajudar a difundir, como agências de viagem, oficinas de turismo e organismos públicos. A comunicação tem de contemplar vários moldes de forma a chegar ao maior número de pessoas. Atualmente, estamos na época da ascensão de uma nova abordagem do marketing, descrita por Kotler como o Marketing 3.0, que se define como um “eixo de um marketing colaborativo, cultural e espiritual.” (Kotler, 2011: 19). Tal como sucede com o Património, também o marketing é afetado pelas alterações sociais, económicas e tecnológicas que se têm feito sentir ao longo do último século. O marketing 3.0 vem acompanhar a era da globalização, que é essencialmente uma era de fortes contrastes. A criação de uma cultura universal, vem ao mesmo tempo

fortalecer as culturas locais, sendo este o paradoxo cultural da globalização. “*Neste momento estamos a assistir à ascensão do marketing 3.0, ou da era movida por valores. Em vez de tratar as pessoas apenas como consumidores, os marketers vêem-nas como seres humanos num todo, com mentes, corações e espírito. (...) Os consumidores procuram soluções para as suas ansiedades relativas a tornar o mundo globalizado num lugar melhor.*” (idem: 18). O paradoxo cultural da era da globalização vem criar condições ao marketing cultural, isto é uma abordagem que passa a ser mais colaborativa e emocional.

Em todo este processo, é necessário ter presente a ideia de que o Património está inserido numa sociedade que naturalmente altera os seus significados. Em suma, “el producto patrimonial debería aportar a la zona rentabilidad social y mejora de la calidad de vida. En definitiva, una gestión del Patrimonio debe contemplar al mismo tiempo las necesidades de la comunidad, del turismo y de la conservación del Patrimonio” (Camarero Izquierdo e Garrido Samaniego, 2008: 57). O Património como marca tem de apostar nos benefícios emocionais que transmitem, nos valores e experiências “as grandes marcas oferecem benefícios emocionais, não apenas benefícios racionais.” (Kotler, 2003: 120).

## **2.2. A Indústria do Património e o Turismo Cultural**

*Instead of manufacturing goods, we are manufacturing Heritage.*

Robert Hewison

A origem mais provável para a palavra Turismo remonta ao séc. XIX, estando a sua génese no vocábulo de francês “tour”, sendo este originário de “grand tour”. O termo designa as viagens de formação de conhecimentos e lazer que os jovens das famílias mais abastadas na Europa Ocidental empreendiam como forma de aprendizagem e conhecimento. Posteriormente, a estes jovens viajantes, começa-se a chamar de *touristes*, palavra traduzida para turistas na língua portuguesa (Licínio, 1997: 3-4). Gradualmente, especialmente fruto do desenvolvimento dos meios de transporte e comunicação, a par de uma crescente importância da cultura de lazer (tempos livres)

manifesta nas sociedades modernas, o turismo transforma-se numa indústria lucrativa. Ao permitir o acesso de um vasto público a determinados locais, sendo estes sítios arqueológicos, centros históricos, paisagens protegidas ou coleções de museus, o turismo passa também a ser um meio de acesso à cultura: “O turismo promovido pelas autarquias não pode contentar-se com a mera encenação externa, tem de promover a autenticidade dos ambientes turísticos. Tal promoção implica a democratização da cultura, entendida em termos de fácil acesso ao consumo cultural.” (Fernandes, 2002: 18).

Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), o turismo surge entre os fenómenos económicos e sociais mais importantes do Século XX. A partir dos anos 50, a expansão do turismo no Mundo foi exponencial. O número de chegadas turísticas internacionais passou de 25 milhões em 1950 para 900 milhões em 2007 (IPDT, 2008), levando a que o turismo possa ser visto como o maior gerador de riqueza e emprego, bem como o motor de desenvolvimento das principais economias e dos países em desenvolvimento. (idem). A importância do turismo no desenvolvimento económico das sociedades não pode, portanto, ser ignorada, tal como se antevê na afirmação de Villiers: “The link between poverty and Tourism lies in the fact that Tourism has become the World’s largest creator of jobs.” (1999: 13).

Naturalmente, a um fenómeno desta dimensão atribuem-se várias categorias, isto é, o turismo segmenta-se de modo a abranger os mais diversos mercados. Neste trabalho de investigação interessa-nos desenvolver a ligação do turismo ao Património, ou vice-versa. A análise foca-se, deste modo, no designado Turismo Cultural e também Patrimonial, pois trata-se de abordar o turismo diretamente relacionado com bens patrimoniais. Segundo a definição de Camarero Izquierdo e Garrido Samaniego:

*“En general, el turismo patrimonial y cultural consiste en viajar para experimentar los lugares, artefactos y actividades que representan de forma auténtica a las historias y la gente del pasado y del presente. Incluye por tanto recursos culturales, históricos y naturales.*

*La diferencia que algunos establecen entre turismo del Patrimonio y turismo cultural es que el primero se basa en el lugar, en crear un sentido del mismo enraizado en sus especificidades, su gente, sus hechos, historias y tradiciones. El turismo cultural, sin embargo, se relaciona con el mismo tipo de experiencias pero con menor énfasis en el lugar. Como ejemplo, ver la obra de un gran artista en su casa o estudio es un evento*

*patrimonial, mientras que ver los mismos trabajos en una exposición itinerante es un evento cultural*” (2008: 35).

Já o ICOMOS define o turismo cultural como *“todas as formas de Turismo que permitam ao visitante obter uma experiência dos aspetos culturais do local de destino, do seu modo de vida, gastronomia, topografia, ambiente, cidades e vilas, tanto como dos seus sítios históricos e culturais e performances artísticas”*.

Tradicionalmente, o Património aparece ligado a uma filosofia de conservação e investigação, intimamente relacionadas com um sentido de preservação de identidade nacional e/ou regional em que “intenta-se preservar para as gerações vindouras a precariedade dos vestígios materiais de milénios de história humana e de identidade cultural (estudar para conservar; conservar para legar)” (Jorge, 2000: 7). Com o tempo, especialmente com a atração de visitantes a locais de valor patrimonial, surge uma nova corrente de gestão, ligada essencialmente ao turismo, que defende a necessidade de se extrair benefícios económicos do Património, benefícios esses que possam contribuir para a sua conservação e manutenção. O culto dos monumentos analisado e previsto por Riëgl (2008), transformou-se numa florescente “indústria turística que é hoje tida como responsável por um terço do total das deslocações turísticas feitas em todo o mundo.” (Cóias e Silva, 1999: 64). “Na atualidade (...) as políticas patrimoniais são desenhadas com vista ao estabelecimento de um ordenamento do setor patrimonial, incluindo não só ações de conservação, como também ações que visam valorizar o seu uso social e turístico.” (Ballart e Tresserras, 2005: 147).

Neste contexto, “as sociedades atuais são dadas em espetáculo e, desse modo, apresentam níveis variados de reencantamento. São reencantadas nos seus diversos elementos pela política do turismo (...) Existe uma dupla fonte de reencantamento. Uma resulta da valorização do Património por parte das entidades competentes, a outra é uma consequência do olhar que nele repousa.” (Fernandes, 2002: 16). Este período é também apelidado de «monumentalização da cultura», tal como refere López de Aguilera: “etapa onde tudo tem de ser grande, vanguardista, espetacular. Em numerosos casos parece tratar-se de uma guerra para ver quem contrata os cantores mais na moda, acolhe as exposições mais badaladas ou tem a ideia mais original. É certo que incentiva o mercado, mas também dispara os gastos com a cultura” (2000: 76). Deste modo se justifica a criação de bases para uma sólida gestão cultural na qual se insere a gestão do

que é a Indústria do Património.

Esta gestão pode ser definida como o conjunto de atuações programadas com o objetivo de conseguir um grau elevado na conservação do que são os bens patrimoniais assim como a adequação às exigências das sociedades contemporâneas (Ballart e Tresseras, 2005: 15). Assim, segundo estes autores, a Gestão do Património pode ser dividida em três áreas:

- a) Investigação e estudo;
- b) Adaptação e exploração para fins sociáveis, funcionando aqui como motor de desenvolvimento de determinada área;
- c) Conservação do Património de modo a poder ser estudado futuramente, aspeto mais vocacionado para a área da arqueologia.

Atualmente, o Património vive do presente, acompanhando a economia à escala global. Por outras palavras, significa que o Património se transformou numa indústria e essencialmente é, deste modo, na sua *exploração para fins sociáveis* que é capitalizado. No entanto, quando o investimento é feito nesta área, têm de ser avaliados os ganhos económicos e culturais, aspetos que é necessário calcular em conjunto, e não de modo individual. Só desta forma é possível defender que a gestão do Património vem acrescentar valor ao bem-estar das sociedades modernas: “The heritage Project is concerned with a item of cultural capital yielding both economic and cultural value” (Throsby, 2001: 77).

O conceito do *Uso* no Património, abordado no Capítulo 1, vem igualmente acrescentar valor ao desenvolvimento sustentável da Indústria do Património associada ao turismo cultural, “The amount of funding devoted to the conservation of buildings has probably been greater than their importance in the construction of identities and more in keeping with their ability to attract visitors.” (Ashworth e Howard, 1999: 13). É também deste modo que a viabilidade existencial do Património fica assegurada, a “*integração do Património para turismo ou para qualquer outro destino do dia a dia de quem o vive e de quem o visita. Caso a caso, de acordo com cada situação, de acordo com cada localização, podemos, assim, independentemente dos diferentes usos e dos diferentes espaços, acompanhar e garantir a sua evolução, a sua transformação e a sua adaptação a essas novas necessidades e a esses novos desejos contemporâneos (...). O Património mantém-se, assim, atual*” (Rapagão, 1999: 30). Em qualquer cidade europeia abundam casos de edifícios restaurados para novos usos. A cidade do Porto não é exceção, como acontece, por exemplo, com os novos hotéis que têm surgido no

Centro Histórico, que vêm de passados arquitetónicos tão díspares como antigos cinemas ou conventos, livrarias adaptadas a restaurantes ou antigos armazéns de retalho que passam a ser cafés e bares. “Creating and maintaining tourist space is necessary for the industry and may ultimately reinterpret the experience of place for the inhabitants.” (Palladino, 2010: 35).

O Património, enquanto indústria cultural, passa a ser parte integrante dos mercados económicos. Neste campo, o conflito enquanto bem que tem de ser preservado ou produto que tem de ser economicamente viável é inevitável. A chave está em entender a conjugação dos elementos, ou, nas palavras de Kirshenblatt-Gimblett (1998: 151) “are collaborative industries, heritage converting locations into destinations and tourism making them economically viable as exhibits of themselves”.

Podemos assumir que a exploração económica do Património pelas sociedades modernas está estreitamente ligada ao turismo cultural. O crescente aumento do interesse por este género de turismo levanta questões nomeadamente ligadas à necessidade de proteger o Património do número cada vez maior de visitantes. Riëgel, na obra *El Culto Moderno a los Monumentos* (2008), chama a atenção para a necessidade de criar ações que visem a proteção dos monumentos atendendo ao crescente número de pessoas que se deslocam para os verem. Atualmente existe também a preocupação de regular a relação entre as comunidades e o seu Património, em que as autoridades locais assumem um papel importante, “havendo um aumento de conflitos entre a conservação dos bens e o desenvolvimento turístico, as entidades responsáveis devem repensar em orientar os seus esforços para a defesa dos bens face às sobrecargas turísticas (Mathieson e Wall 1996 in Ralha, 2006: 59). O crescimento da indústria do turismo “puede conducir a la comercialización de la comunidad y su cultura, religión, arte, etc...” (Serra, 2007: 30). Deste modo, as autoridades locais, uma vez que possuem uma maior proximidade às populações, devem contribuir para que os cidadãos sejam orgulhosos e defensores do seu Património. Por outras palavras, “os habitantes de uma comunidade devem desejar o Turismo apenas pelos benefícios económicos que lhe estão associados, senão que também se devem sentir orgulhosos pelo que possuem e que estão a partilhar com quem os visita.” (Ralha, 2006: 59).

### 2.3. O valor do Património nas sociedades modernas

*“O Património histórico-cultural de um país, região ou cidade é constituído por todos os elementos e manifestações tangíveis e intangíveis produzidas pelas sociedades, resultado de um processo histórico, que identificam e diferenciam esse país ou região.”*

(Camarero Izquierdo e Garrido Samaniego, 2008: 21)

Um dos fatores que conduz ao interesse do poder local pelo Património resulta de este ser um elemento de promoção regional, tanto a nível nacional como internacional, além de servir os intuitos económicos da região ao atrair turismo. O Património valoriza a cultura e ao mesmo tempo funciona como catalisador económico, ou seja, “os valores culturais são transformados em processo sustentável de desenvolvimento, ao mesmo tempo que, por sua mediação, se opera a perpetuação da herança cultural.” (Fernandes, 2002: 13) Atualmente, a necessidade que cada região tem de atrair pessoas e investimento é cada vez maior, recorrendo à criação de postos de trabalho, equipamentos e oferta cultural como forma de atingir esses objetivos. A diferenciação em relação às demais é indispensável ao seu desenvolvimento económico, social e cultural. Neste aspeto em particular, o Património assume um papel relevante em todo o processo de diferenciação:

*“Throughout Europe, and much of the world, heritage has become a matter of concern. For well over a century national governments have conserved monuments, built museums, designated national parks, for a whole variety of reasons (...). Today those national heritages, integral parts of national identities, are being challenged by cities, localities and regions wishing to use heritage for their own purposes (...) and by international organizations as UNESCO attempting to discover international similarities”* (Ashworth e Howard, 1999: 4).

Um dos elementos compreendidos neste processo coloca o Património ao nível de um produto de marketing que serve como princípio diferenciador de países e de regiões, utilizado em prol do desenvolvimento social, económico e cultural de um determinado lugar. O objetivo passa por atrair investimentos, assim como turismo, que conduzem a um desenvolvimento crescente de cada região. Uma das estratégias utilizadas, também relacionada com a identidade simbólica das cidades, é a de “*patrimonialização* que se traduz no aumento das candidaturas à atribuição do estatuto



de “Património mundial” concedido pela UNESCO. Desde 1993, o número de bens classificados por ano é sempre superior à média dos anos de 70 e 80, o que mostra a importância desta tendência.” (Carvalho, 2006: 9). As cidades procuram sobressair na competição económica internacional entre regiões recorrendo ao Património como parte integrante deste processo. Torna-se, assim, pertinente que “cada região desenvolva um plano estratégico em relação aos mercados, até porque (...) as cidades já não concorrem apenas com as cidades vizinhas (...) a concorrência é global” (Kotler, Haider e Rein, 1995). As regiões precisam de saber analisar as suas forças e fraquezas, no limite, necessitam de delinear o seu próprio plano de marketing, recorrendo obrigatoriamente a um nível de comunicação que as coloque numa escala global. A necessidade que as comunidades têm de se tornarem apelativas para quem nelas habita, assim como para quem as visita assume cada vez maior relevância. Um exemplo deste processo pode ser encontrado nas atividades desenvolvidas pelas diversas regiões como “A Viagem Medieval” em Santa Maria da Feira, “A Rota do Vinho Verde” na região do Minho ou mesmo os festivais gastronómicos que acontecem em várias regiões. Deste modo, constroem-se percursos e atividades que ao mesmo tempo que dão a conhecer parte do Património da região, fomentam o consumo económico. Os monumentos mais simbólicos de determinado local são também um exemplo deste processo, utilizados frequentemente como símbolos sociais, históricos e culturais do sítio onde se inserem, tornando-se uma marca facilmente reconhecida a nível nacional e internacional, apelando à visita dos mesmos, como sucede, por exemplo, com a Torre Eiffel em Paris.



Foto 4: Torre Eiffel símbolo da cidade de Paris.

A diversidade relaciona-se estreitamente com o urbanismo. Louis Wirth no ensaio, de 1938, *Urbanism As a Way Of Life*, alertava para o facto de esta diversidade e heterogeneidade no urbanismo levarem a tensões sociais (*apud* Stern e Seifert, 2000). Atualmente, esta mesma diversidade, se entendida e planeada sob a sua vertente cultural, pode conduzir a uma ligação estreita com a comunidade: “today, diversity is seen more often as an armistice” (Stern e Seifert, 2000: 287). Ainda segundo Louis Wirth (1938), o urbanismo deve sustentar *communities of choice*, contribuindo deste modo para o bem-estar e progresso das comunidades. A renovação urbanística e económica de uma cidade contribui para a criação de emprego, posiciona a urbe para o exterior mediante a criação de uma imagem de marca, atrai turismo, contribui para a recuperação física de espaços marginalizados e para o bem-estar geral dos seus habitantes. “The relation between culture and the cities is implicated in a range of questions including urban revitalization, the image a city projects as a potential source of tourist or investment interest” (Wallach, 2000: 253).

Em suma, com a crescente globalização cultural e industrial, a diferenciação das regiões é cada vez mais uma necessidade para as comunidades locais. Aqui reside, em grande medida, o seu bem-estar social e económico. Como referem Corner e Harvey, “heritage has now emerged as a central enabling concept within national and regional redevelopment, related directly to the growth in tourism and leisure investment” (1991: 53).

O aumento de conhecimento sobre o Património é a melhor garantia para a sua conservação que, em última análise, cabe na sua maior fatia às populações locais. No entanto, a ligação das populações ao Património é um processo lento, mas que tem vindo a conduzir a um aumento da consciencialização por parte dos cidadãos dos benefícios da sua preservação. As pessoas estão “mais conscientes da sua própria história do que nunca, um pouco por todo o lado as pessoas fazem coleções, conservam jardins, protegem a natureza e os edifícios (...). As pessoas estão a defender o que elas entendem como o seu Património.” (Ashworth e Howard, 1999: 4). Neste ponto o conceito de Património evolui para a definição mais alargada de todos os seus estádios, por outras palavras significa que “tudo” se pode tornar Património, desde que “reconhecido” como tal, “heritage is all around, and come into the process given the right circumstances. (...) Recognition is essential – things are not heritage until recognized as such.” (idem: 21). Daqui é possível aferir o facto de ser fulcral que as

populações saibam reconhecer a importância do seu Património, pois só deste forma a sua preservação se torna exequível. Partindo da divisa de que cidadãos informados são cidadãos mais conscientes do meio envolvente, é do interesse das entidades públicas utilizar o sistema educacional na transmissão de determinados valores diretamente associados ao Património, “the state endeavoured to transmit to the rest of the population through the school system” (Canclini, 2000: 303). Neste processo estão naturalmente envolvidas as questões que valorizam a preservação como um modo de transmissão de valores:

*“There is a need to bring a heightened awareness, through the education system, of a tradition and a understanding of the continuing relevance (...) to create a appreciation and a understanding of the beauty and sensitivity we have inherited and provide them means and possibilities for income generation through cultural and developmental activities.”* (Bawa, 1999: 229).

Este ensinamento é primeiramente promovido pelas escolas, universidades e associações e deste modo espera-se que se transmita a outros cidadãos que não tenham acesso direto a estas instituições:

*“The most important aspect of preventative intervention should be educational level, in order to include the widest range of age groups possible. The education from teachers to students at school is important, but the effect that these students have over adults at home, who, in many ways, are usually less susceptible to a change in attitude is equally important. In terms of citizenship, in its broadest sense, education for the preservation and safeguard of heritage is decisive for the success (...). Better informed citizens are more aware of the importance of Heritage and are more capable of preserving and appreciating it.”* (Guimarães, Loza e Moura, 2010: 62).

Através do sistema educacional é possível criar uma consciencialização da importância do Património para as sociedades, levando a que as populações tenham um papel cada vez mais ativo, quer na transmissão de valores para as gerações futuras, quer na sua preservação ou mesmo no assumir da importância deste nas sociedades atuais.

### 2.3.1. A Importância dos Novos Média

A necessidade de transmitir uma imagem apelativa do Património é uma preocupação que faz parte das sociedades atuais, sendo que para tal o recurso aos novos média surge como a forma mais eficaz de atingir esse fim. O objetivo passa não só por atrair turismo, mas também por incentivar os cidadãos a proteger o seu Património. “O sucesso do Turismo Cultural depende em grande parte do discurso que lhe é associado. Este tem de ser apelativo, claro e emotivo, para que se possa criar uma relação de empatia entre o visitante e o local visitado. Interpretar o Património é também “potenciar a atração de visitantes e de públicos variados para locais ou cidades fora dos circuitos normais de passagem, alterar o sentido da visita, deixar uma lembrança boa, criar laços com o Património e animar e ajudar ao desenvolvimento regional e local.” (Amaral, 2002: 24). Ao proporcionar os meios e ferramentas para uma maior compreensão dos vestígios do passado, criam-se as bases para uma ligação pessoal baseada numa identificação das populações ao Património, contribuindo também desse modo para a sua conservação.

O conceito tão em voga do *New Heritage* converge para a construção de novos modelos de comunicação, que em último caso contribuem para facilitar o processo que conduz a novos conhecimentos e novas formas de aprendizagem que se ligam a novos formatos de identificação com o Património.



Foto 5: Reconstrução virtual de Lisboa antes do terramoto.

A título de exemplo, a recriação virtual da cidade de Lisboa, exposta no Museu da cidade, mostra como era Lisboa antes do sismo de 1755. Ruas e edifícios que ruíram, como a Casa da Ópera ou a Rua Nova dos Ferros, ergueram-se agora da destruição. Exemplos destes têm vindo a ser aplicados aos mais diversos níveis patrimoniais que, para além das cidades e do seu Património edificado, incluem também ruínas arqueológicas e coleções de museus. Acontece, por exemplo, no Museu Pergamon na cidade de Berlim, onde o visitante, depois de contemplar as ruínas da antiga cidade, é convidado a visionar Pérgamo numa perspetiva 3D. Esta ferramenta de comunicação vem contribuir para tornar o Património não só mais apelativo como também mais compreensível, uma vez que a criação de laços de identificação é maior. No fundo, serve como um elo de ligação ao presente, facilitando a identificação dos visitantes com o local, e contribuindo deste modo para que se sintam mais predestinados a contribuir para a sua preservação, (Greenfield-Gilat, 2008). Os benefícios de aplicar os novos média ao Património são muitos, e entre eles contam-se os apontados por Kalay, Kvan e Affleck (2008: 79): “include wider access to information, the dissemination and relevance to a border audience and in provoking new media forms for expression, understanding and collaboration with cultural heritage stakeholders.”. Também o turismo cultural vem contribuir para uma nova forma de cultura – as pessoas e o dia a dia formam parte integrante desta forma de entendimento cultural. Nesta nova fase, o papel da Internet é fundamental, pois vem forçar os governos a adaptarem-se a este novo meio, onde as opiniões determinam conceitos e não raras vezes a tomada de posições por parte dos cidadãos, que se tornam também mais participativos na sociedade.

Segundo os dados da pesquisa efetuada pela Trendstream Lightspeed Research, os consumidores confiam mais em estranhos da sua rede social do que em peritos (Kotler, 2011: 42). Neste grupo de novos média, encontram-se os blogues, o Twitter, o Facebook e até mesmo o Youtube, apelidados de média sociais, onde as pessoas exprimem as suas opiniões sobre um diversificado leque de assuntos e que leva a que os consumidores possam “influenciar cada vez mais outros consumidores com as suas opiniões e experiências.” (Kotler, 2011: 23). Isto significa que os consumidores, sejam turistas ou qualquer cidadão, passam a estar mais informados e deixam de estar isolados, tornando-se ativos na partilha de informação. A blogosfera é portanto um dos meios de comunicação à disposição dos cidadãos. O blogue *A Baixa do Porto* criado em 2004, moderado por Tiago Azevedo Fernandes, funciona como um blogue aberto, em

que cada um é livre de enviar a sua opinião sobre temas relacionados com a cidade. O moderador defende que “o blogue é criado para promover o debate sobre as necessidades da cidade e com o objetivo de produzir algo de útil (...) para que algo se faça no Porto” (Fernandes, 2006). Tiago Azevedo Fernandes é um forte defensor do empreendedorismo social que diz “possui agilidade porque é uma iniciativa privada, que não está à espera do Governo. Não há hoje outra hipótese para o Porto”. O autor defende ainda que “o que vai fazer reviver o Porto são os investimentos privados e os interesses económicos das pessoas. É preciso unir o útil ao agradável: aliar a postura mais ou menos altruísta das pessoas com a realização de bons negócios.” (idem).

A globalização e a era da informação através da Internet geram uma repentina aceleração no tempo a que as sociedades ainda se estão a adaptar. Os movimentos sociais são muitas vezes formas de combater uma desordem institucional, estando as suas práticas, valores e discursos sempre associados a processos sociais. (Castells, 1997). O Património não poderia deixar de ser afetado por todas as alterações sentidas a nível social, sendo que “a revalorização do Património e o encanto que ele produz inserem-se numa tendência geral que consiste na necessidade sentida hoje pelas pessoas de recordar. Tal preocupação aparece ligada ao interesse pela história e pela tradição que, por vezes, tem a ver com a ambivalência do presente e a incerteza quanto ao futuro.” (Fernandes, 2002: 11).

A teoria de Castells tem reflexo direto na criação de movimentos cívicos. No caso da cidade do Porto, existem alguns exemplos de movimentos associados diretamente à defesa do Património edificado. A Plataforma de Intervenção Cívica do Porto associada à defesa do Mercado do Bolhão é um dos casos mais mediáticos, tendo contribuído para o falhanço nas negociações entre a autarquia portuense e a empresa a quem foi entregue a exploração do mítico espaço na cidade. Outros exemplos são os casos do movimento associado à defesa da Avenida dos Aliados e da Praça da Liberdade aquando da última intervenção urbanística em 2005, ou o movimento organizado pelos Cidadãos do Porto - Sociedade Aberta com o lema “Eu Importo-me”, pelo Centro Histórico. Daqui se depreende que o modo como o cidadão comum entende o Património da cidade nem sempre é consensual com a visão de quem a governa, “unless heritage managers understand that local people have a quite different view of their heritage from the professional, then they will be very surprised at local reactions” (Ashworth e Howard, 1999: 17).

# Capítulo 3

## Metodologia:

### Caso Prático e Análise de Resultados

Um dos maiores paradoxos culturais da globalização diz respeito ao modo como são entendidas atualmente as culturas locais. O gradual aumento de importância que estas foram agregando para as sociedades modernas, conduz a que o desenvolvimento e bem-estar das populações residam em parte na defesa do seu Património, seja este material ou imaterial. De facto, a cultura tende a desenvolver as particularidades daquilo que não só pode como deve contribuir para diferenciar umas regiões das outras, na tentativa de melhorar as condições de vida dos seus habitantes.

Como tal, partimos para a análise do caso da cidade do Porto. O que aqui se pretende é uma abordagem ao modo como a cidade encarou as mudanças que ao longo dos anos se foram concretizando, dando relevo a dois eventos que pela sua grandeza e dinâmica vêm a alterar definitivamente a cidade, contribuindo para as alterações que se fazem sentir a nível urbanístico, social, cultural e, em consequência, também ao nível económico. Referimo-nos ao título de Património Mundial da Humanidade, que acontece em 1996 e ao evento Capital Europeia da Cultura, em 2001.

Os objetivos para este trabalho de investigação são:

- Levar a cabo uma análise objetiva a uma cultura local na era do global, pelo que, assim se justifica uma análise dos média, pois as redes supranacionais dos média são ilustrativas da dimensão cultural da contemporaneidade.

- Analisar como é que os meios de comunicação em massa acompanham ou não as frequentes mudanças que a cidade enfrentou.

- A análise de uma série de fenómenos sociais que ao longo dos últimos anos têm acontecido na cidade, uns com mais relevância do que outros, mas todos eles influenciando de modo direto o dia a dia de quem habita a cidade, assim como atuantes na ligação da população ao seu Património.

Os fenómenos sociais são constituídos por relações de funcionalidade, uma vez que se analisa o modo como os cidadãos interagem na sociedade como seres que reagem a vários estímulos, entre eles os culturais, inerentes aos sistemas sociais, sendo que a manutenção de cada sistema social é feita através de modelos culturais interiorizados na personalidade dos indivíduos conduzindo, não raras vezes, a um carácter cooperativo, como por exemplo na defesa do território, que neste caso podemos entender como patrimonial. Em suma, o indivíduo é tido em conta como parte integrante da sociedade e do sistema cultural.

Pelo seu peso e importância ao nível social, o Património assume um papel relevante na sociedade. Os governos locais, cientes da importância que o mesmo assume para o bem-estar das populações, utilizam-no muitas vezes, nas mais diversas ocasiões, em seu proveito, recorrendo não raras vezes à imprensa, especialmente a local, como veículo de divulgação de ações levada a cabo nesta área. Esta ligação dos média como meios de comunicação de massa ao contexto social constitui o cerne da teoria dos «Efeitos Limitados» caracterizada por Wolf “[passa] a insistir num processo indireto de influência em que as dinâmicas sociais se intersejam com os processos comunicativos” (1999: 45). Ou seja, aqui não se trata de recurso à propaganda ou influência direta de opiniões, mas antes o recurso aos meios de comunicação como veículos indiretos de determinada mensagem. Em ambas as teorias, os meios de comunicação são entendidos como parte integrante do meio social e analisados deste modo, sendo o que mais se identifica com a pesquisa que se pretende realizar para este trabalho. Como qualquer outro estudo comunicacional, neste caso recorrendo a uma análise qualitativa dos média, a ligação ao contexto social é o que vem justificar e enquadrar a análise empírica.

### **3.1. Contextualização do Caso: A Cidade do Porto**

Nas estratégias de desenvolvimento local, o Património assume cada vez mais um papel relevante, no sentido em que contribui para o desenvolvimento económico e consequentemente, para a melhoria das condições de vida das populações. “*Al ofrecerse como un sólido producto turístico, el Patrimonio se consolida como fuente de riqueza y factor de desarrollo local*” (Camarero Izquierdo e Garrido Samaniego, 2008: 39). Neste



capítulo vamos abordar a cidade do Porto e o modo como esta se relaciona com o seu Património, clarificando aqui as bases para o que podemos designar o estudo tipo deste trabalho de investigação. Entre os vários acontecimentos que contribuem para a constante modificação dos espaços urbanos e do quotidiano dos habitantes da cidade do Porto, sobressaem a classificação da cidade do Porto como Património Cultural da Humanidade (1996) e o Evento do Porto Capital Europeia da Cultura (2001). Ambos se destacam pela sua dimensão urbana, cultural e social, que vai muito além do acontecimento, proporcionando movimentos posteriores capazes de modificar a cidade.

O concelho da cidade do Porto tem uma população residente de 263.131 mil habitantes, numa área de 41.5 Km<sup>2</sup>, sendo que a maior fatia da população (56,2%) tem entre 25 a 64 anos, seguindo-se a população com mais de 65 anos (20,9%), ficando a população dos 15 aos 24 anos com a menor percentagem populacional (9,8%). Podemos ainda constatar, comparando os censos de 1991 e 2001 que o número de residentes desceu consideravelmente (-13,9%). Apesar de os Censos de 2011 já terem sido efetuados, à data da conclusão deste trabalho ainda não se conheciam os resultados. Analisamos deste modo os dados tratados mais recentes que reportam a 2001, bem como alguns valores referentes a 2009.

Indicadores	Valores	Ano	Fonte
População residente total (Nº)	<b>263.131</b>	2001	INE, Censos de 2001
Taxa de crescimento intercensitária (%)	<b>-13,9</b>	1991-2001	INE
População [0-14] (%)	<b>13,1</b>	2009	INE, Anuário Estatístico da Região Norte (2009)
População [15-24] (%)	<b>9,8</b>	2009	INE, Anuário Estatístico da Região Norte (2009)
População [25-64] (%)	<b>56,2</b>	2009	INE, Anuário Estatístico da Região Norte (2009)
População [65 +] (%)	<b>20,9</b>	2009	INE, Anuário Estatístico da Região Norte (2009)
Índice de envelhecimento (Nº)	<b>160,2</b>	2009	INE, Anuário Estatístico da Região Norte (2009)
Índice de dependência de idosos (Nº)	<b>31,7</b>	2009	INE, Anuário Estatístico da Região Norte (2009)
Taxa bruta de natalidade (‰)	<b>9,2</b>	2009	INE, Anuário Estatístico da Região Norte (2009)
Taxa bruta de mortalidade (‰)	<b>13,5</b>	2009	INE, Anuário Estatístico da Região Norte (2009)
Taxa de fecundidade geral (‰)	<b>38,9</b>	2009	INE, Anuário Estatístico da Região Norte (2009)
Área (km <sup>2</sup> )	<b>41,5</b>	2001	INE, Censos 2001
Densidade populacional (Nº/km <sup>2</sup> )	<b>6.337</b>	2001	INE, Censos 2001
Número de freguesias	<b>15</b>	2009	INE, Anuário Estatístico da Região Norte (2009)

Figura 1: O Porto em números: Demografia e território.

Este estudo incide sobre a área geográfica que constitui o núcleo arquitetónico definido como Património Mundial da Humanidade, importa por isso calcular quantos destes cidadãos habitam a área do Centro Histórico. Para tal recorremos à análise estatística apresentada pelo Gabinete de Monitorização do Plano de Gestão do Centro Histórico do Porto Património Mundial (2011).

Indicadores	Valores	Ano	Fonte
População Residente Total (Nº)	7000	Censo 2001	INE   GEP
População dos 14 aos 24 anos (Nº )	1663	Censo 2001	INE   GEP
População com mais de 65 anos (Nº)	1687	Censo 2001	INE   GEP

Figura 2: População Residente no Centro Histórico

Constatamos que dos 263.131 mil habitantes da cidade, apenas 7 mil residem na área Património Mundial da Humanidade. A população dos 14 aos 24 anos juntamente com a população com mais de 65 anos constituem 48% do total dos habitantes do Centro Histórico. Não estando estes valores afastados do que sucede em outras áreas da cidade, como podemos verificar pelos dados apresentados na tabela anterior. “Tomando como referência as conclusões resultantes dos dados apresentados no Diagnóstico Social do Porto, assim como os Censos de 1991/2001, conclui-se que o Centro Histórico do Porto Património Mundial tem vindo a vivenciar um decréscimo populacional, consequência do abrandamento do crescimento populacional total e do envelhecimento da população, respeitando o quadro de valores globais da Cidade do Porto.” (Gabinete de Monitorização do Plano de Gestão do Centro Histórico do Porto Património Mundial, 2011). No entanto, são os números respeitantes à ocupação dos residentes desta área que levam a que a preocupação pelo desenvolvimento de iniciativas que conduzam ao bem-estar da população atinja um maior significado, especialmente quando se discutem valores relacionados com a importância que o Património pode exercer como contributo para a uma melhor qualidade de vida das populações locais. Para além do fator do envelhecimento, acresce um número substancial de desempregados que ascende aos 55%. Se a este número juntarmos os indivíduos à procura do primeiro emprego e de novo emprego que totalizam 8%, os valores conduzem a que apenas 37% da população do centro histórico esteja empregada (INE – Censo 2001 *in* Gabinete de Monitorização do Plano de Gestão do Centro Histórico do Porto Património Mundial, 2011).

O seguinte mapa ilustra o modo como estes 7 mil residentes se distribuem pelo Centro Histórico, permitindo uma análise que indica as freguesias da Vitória e da Sé como aquelas em que se regista maior índice populacional.

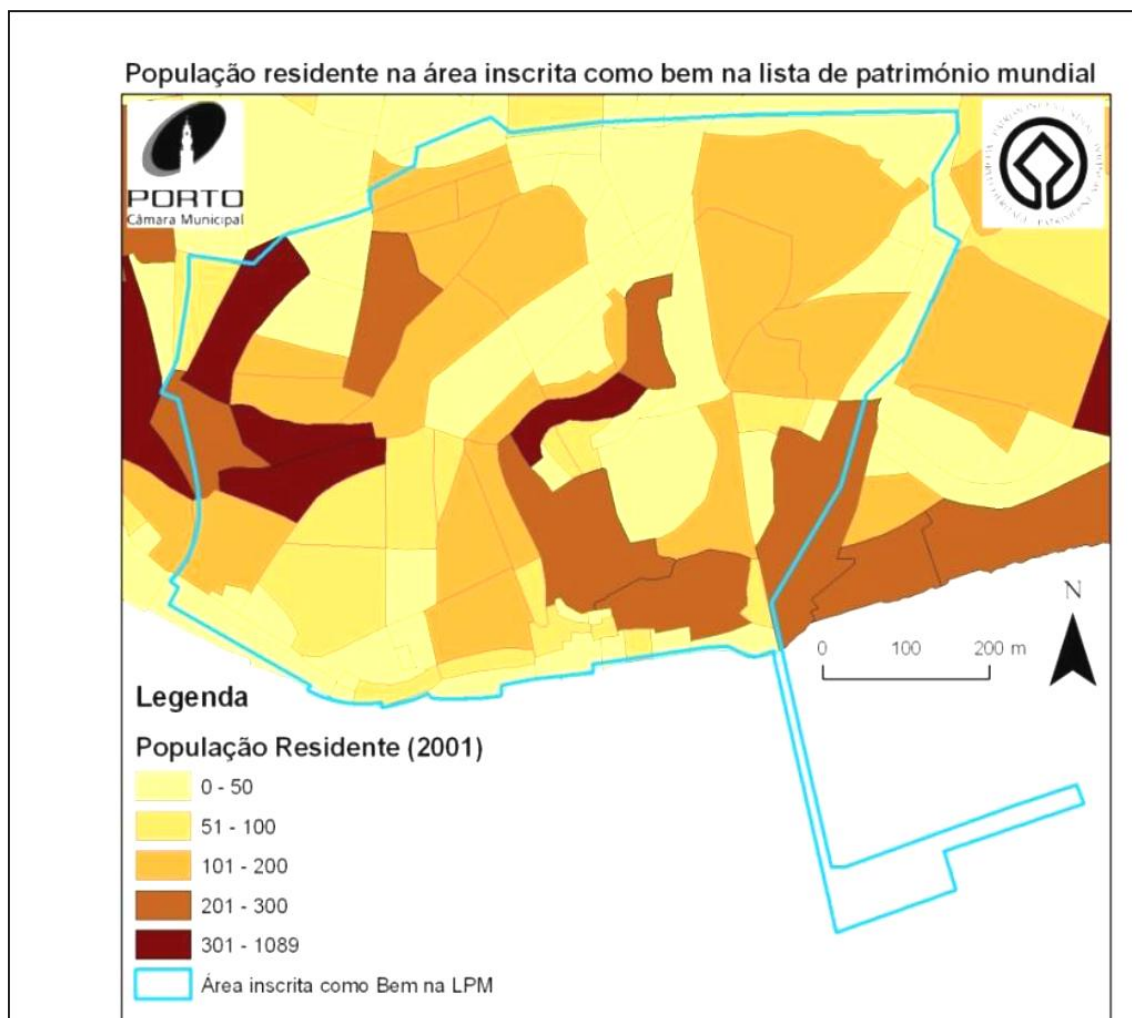


Figura 3: População residente na área inscrita como bem na lista de Património Mundial.

### 3.1.1. A marca: Porto Património Mundial da Humanidade

Entre os vários autores que se debruçam sobre o estudo do Património, existe um consenso generalizado quanto ao valor universal que este agrega e à consequente necessidade de ser preservado. Bem ciente deste facto, a UNESCO na conferência geral de 1972 em Paris, desenvolve a denominada Convenção sobre a Proteção do Património Cultural e Natural do Mundo, acordo assinado por mais de 175 países que estabelece

como missão: “definir e conservar o Património mundial estabelecendo uma lista de lugares de destacado valor que deveriam ser preservados por toda a humanidade e assegurar a sua proteção mediante uma cooperação estreita entre nações.” (UNESCO, 1972).

Dentro desta definição encontram-se as Cidades Património da Humanidade ou os Grupos de Edifícios Urbanos que se podem dividir em três categorias:

1. Cidades que já não são habitadas mas que agregam valor patrimonial do passado, como o caso de Pompeia, em Itália.
2. Cidades históricas que continuam a ser habitadas, o que lança desafios enormes à sua preservação, como o caso da cidade do Porto, em Portugal.
3. Cidades recentes que pela sua originalidade urbanística constituem grande valor patrimonial, como o caso de Brasília, no Brasil.

(Camarero Izquierdo e Garrido Samaniego, 2008)

A lista de cidades ou sítios Património da Humanidade tem vindo constantemente a aumentar, desde que em 1979 se faz a primeira inscrição. Compreensivelmente, atendendo a que os benefícios, económicos, sociais e culturais são consideráveis. Em Portugal o Centro Histórico de Angra do Heroísmo nos Açores foi o primeiro lugar a entrar para a lista da UNESCO, em 1983.

#### Lista de bens considerados Património da Humanidade em Portugal

1983 Centro Histórico de Angra do Heroísmo nos Açores

1983 Mosteiro da Batalha

1983 Mosteiro dos Jerónimos e Torre de Belém

1983 Convento de Cristo, Tomar

1986 Centro Histórico de Évora

1989 Mosteiro de Alcobaça

1995 Paisagem Cultural de Sintra

**1996 Centro Histórico do Porto**

1998 Sítios Pré-históricos de Arte Rupestre do Vale do Rio Côa e de Siega Verde

1999 Floresta Laurissilva da Madeira

2001 Centro Histórico de Guimarães

2001 Alto Douro Vinhateiro

2004 Paisagem da Cultura da Vinha da Ilha do Pico

2012 Muralha De Elvas

O centro histórico do Porto constitui uma paisagem urbana de grande valor histórico e com uma enorme diversidade da arquitetura civil e religiosa que remonta às épocas Romana, Medieval, Renascentista, Barroca e Neoclássica. Segundo vestígios arqueológicos, a ocupação humana remonta ao século VIII A.C.. A riqueza da arquitetura da cidade é, por isso, construída com base nos valores culturais de diferentes épocas.

A cidade do Porto inicia a candidatura a Património cultural da Humanidade no ano de 1991. O processo é longo e só em Dezembro de 1996 é que a UNESCO atribui à cidade esta classificação. Mais do que um simples “título”, Porto Património Mundial implica uma série de mudanças e reestruturações na cidade, que se fazem sentir ao nível urbanístico, cultural e social.

A área classificada como Património Mundial, a 5 de Dezembro de 1996, na cidade de Mérida (México), pela UNESCO, abrange a malha urbana medieval consolidada e inserida na muralha fernandina (século XIV), incluindo o quarteirão e Passeio das Virtudes, a Torre e Igreja dos Clérigos, a Rua 31 de Janeiro, o Teatro Nacional de São João, o Antigo Edifício do Governo Civil e, ainda, a Ponte D. Luís I e a Igreja e Mosteiro da Serra do Pilar em Vila Nova de Gaia. Com uma superfície de cerca de 50 hectares, esta área classificada alberga quarteirões das freguesias de Miragaia, Sé, São Nicolau, Vitória e Santo Ildefonso, sendo que a Área de Proteção à Zona Património Mundial (*Buffer Zone* ou *zona tampão*) compreende, a Norte, os quarteirões periféricos da Avenida dos Aliados, a Praça de Carlos Alberto, o Jardim do Carregal, Miragaia, Monchique e Fontainhas; a Sul do Rio Douro, os armazéns de Vinho do Porto na zona ribeirinha de Vila Nova de Gaia.

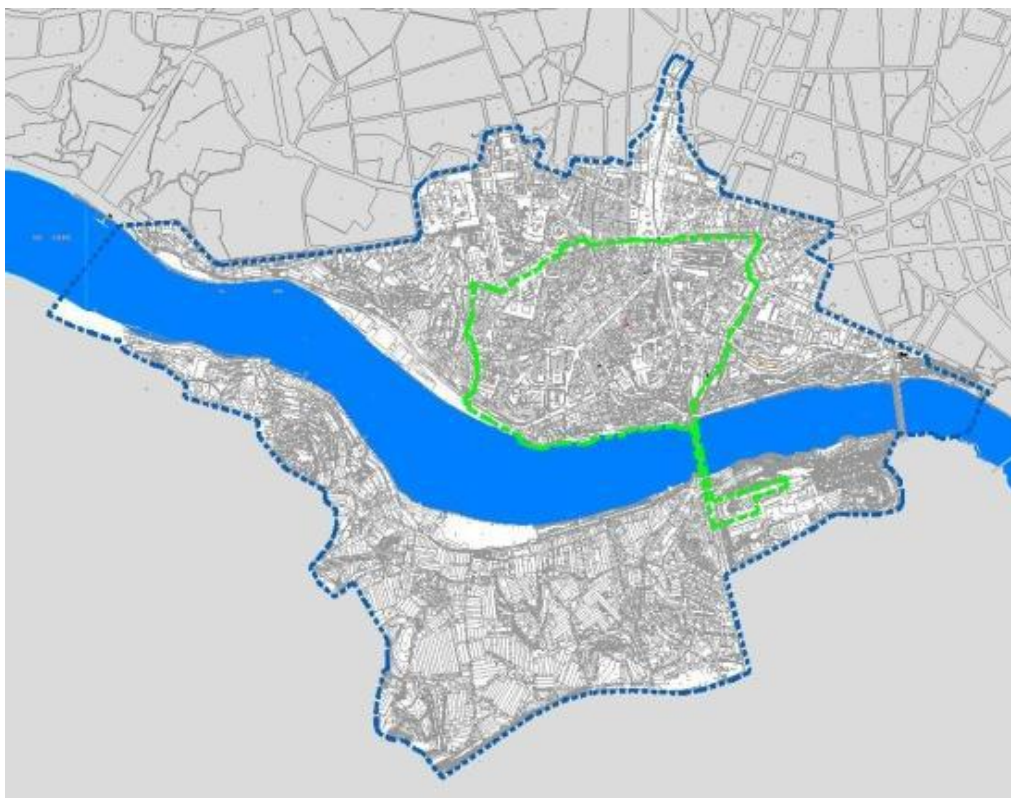


Figura 4: Limites da Área Património Mundial e Buffer Zone.  
Legenda: Linha verde: Património Mundial - Linha azul: Buffer Zone.

Relativamente aos proprietários do que é então designado como Centro Histórico do Porto, estes constituem-se essencialmente por particulares e entidades institucionais:

*“São proprietários de grandes espaços e edifícios do Centro Histórico do Porto a igreja (diversas entidades religiosas da Igreja Católica), a Câmara Municipal do Porto e o Estado (Administração dos Portos do Douro e Leixões, Alfândega do Porto, Universidade, Hospital de Sto. António, etc.). A grande maioria dos edifícios de habitação, comércio e escritórios são propriedade de particulares.”* (Loza e Moura, 1993: 31).

À data da candidatura, o organismo responsável pela conservação do Centro Histórico do Porto é a Câmara Municipal do Porto através do CRUARB, desde 27 de Novembro de 2004 que a gestão passa a ser responsabilidade da Porto Vivo, SRU, Sociedade de Reabilitação Urbana da Baixa Portuense S.A. De 1974 até ao presente a reabilitação do centro Histórico do Porto tem sido um processo em curso e multidisciplinar, uma vez que abrange diversas áreas entre as quais se contam o urbanismo, a arqueologia, a social, a económica e a cultural. O processo de gestão do

centro histórico é por isso uma tarefa complexada que, ao longo dos anos tem vindo a ser atribuída a vários organismos locais e nacionais, responsáveis pela gestão e coordenação das várias vertentes que implica a preservação e sustentabilidade social, económica e cultural do mesmo.

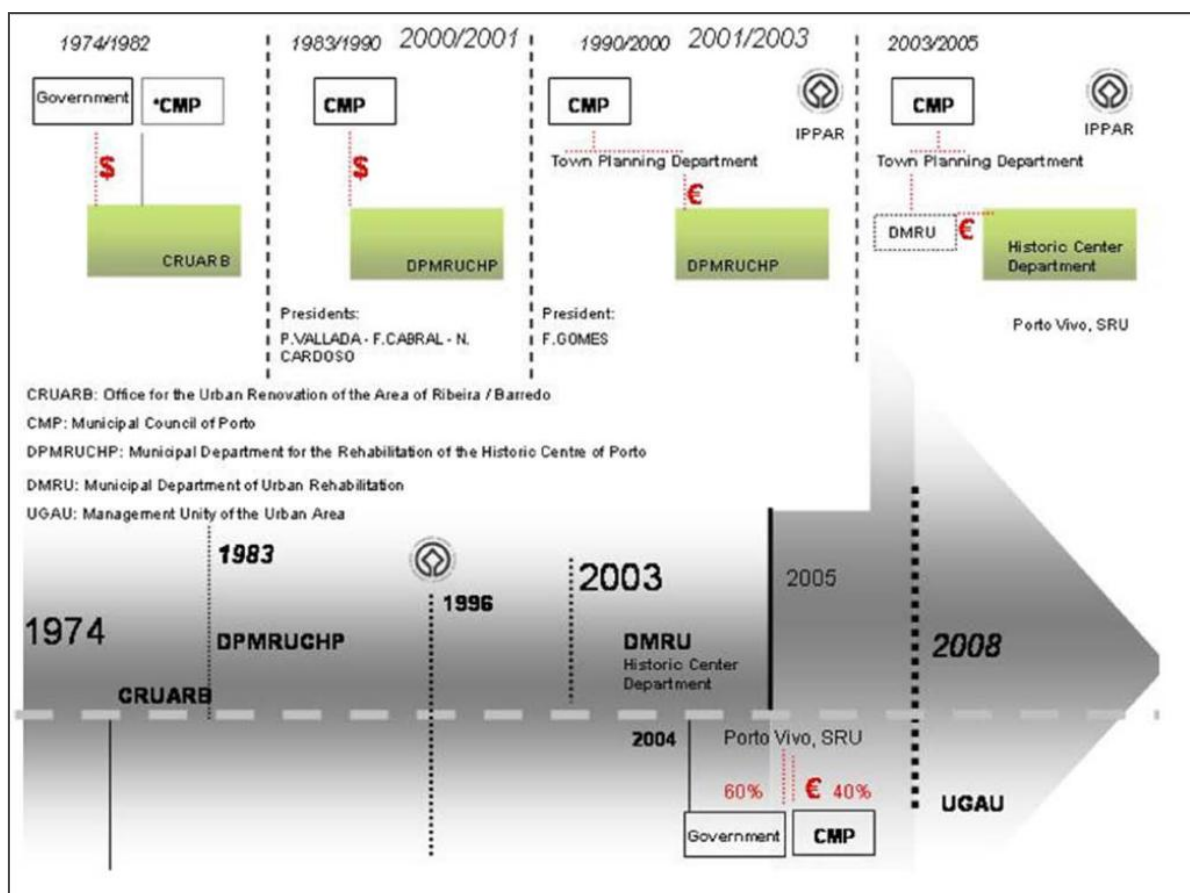


Figura 5: Organismos responsáveis pela recuperação do Centro Histórico do Porto.

As grandes alterações, de ordem funcional e social, sentidas na cidade ao longo dos tempos, provocaram gradualmente um abandono do Centro Histórico por parte de classes sociais capazes de preservar o bom estado dos edifícios. Durante os séculos XIX e XX é comum a subdivisão de antigas moradias das classes altas que dão lugar a casas cada vez mais pequenas, surgindo também a adaptação destas casas para pensões, muitas delas aproveitadas para a prostituição. Era já um dos objetivos do CRUARB a “salvaguarda do tecido construído, enquanto Património, conferir qualidades físicas e ambientais ao meio urbano para albergar com plena satisfação os seus habitantes.” (Loza e Moura, 1993: 34). Grande parte da Proposta de Candidatura apresentada assenta essencialmente na questão da reabilitação de um vasto e diversificado Património

arquitetónico sempre aliada à preservação dos valores sociais do mesmo, que comportam, entre outras, as finalidades de habitação, comércio e associativismo cultural. No “*Plano de Objetivos de Médio Prazo para o Centro Histórico do Porto*” anexado à proposta de Candidatura a Património Cultural da Humanidade são tidas em conta as propostas apresentadas a 12 de Março de 1990, numa reunião entre as juntas de freguesia, instituições públicas e privadas de Solidariedade Social da cidade do Porto. Este documento vem reforçar o esforço para dinamizar a baixa da cidade, reforçando a componente social, a renovação habitacional, a diversificação de serviços e o aumento e melhoria dos espaços de lazer e animação. A participação dos cidadãos é amplamente incentivada como acréscimo de valor à reestruturação que se pretende para a cidade. Um dos grandes objetivos passa pelo incremento do turismo e ação cultural:

*“A imagem cultural, patrimonial e arquitetónica do Porto precisa de ser vendida como um produto de turismo cultural de grande valor. (...) Impõe-se dar a conhecer e divulgar estes valores culturais através de um projeto de promoção turística baseado na melhoria de informação para o exterior (...). A valorização museológica do Património e as técnicas de recuperação, o aproveitamento e divulgação do artesanato e, complementarmente, a criação de unidades hoteleiras de qualidade na zona, associadas a melhoria dos serviços complementares prestados são objetivos de um projeto de turismo cultural para o Porto.”* (idem:86).

A conservação de qualquer centro histórico é um processo contínuo, pois o fator humano, isto é, o facto de o espaço ser habitado, eleva o nível de exigência, assim como se debruça sobre problemas que de outra forma não seriam considerados. Qualquer tipo de reabilitação respeitante a estes espaços tem de encontrar um balanço entre soluções que abrangem a história (preservação no sentido mais lato), o urbanismo, a funcionalidade, assim como a preservação de valores que contribuam para a coesão dos valores sociais da região. Todo o processo é necessariamente lento e tem de atender às necessidades do presente, não deixando de estar atento às do futuro, sendo que as políticas relacionadas com a reabilitação *“are concerned and, more specifically, the growing importance that these have in terms of urban planning, marketing of sites and the promotion of tourism”* (Guimarães, Loza e Moura, 2010: 7). A promoção em termos turísticos vai garantir como economicamente viável uma série de medidas que passam pela conservação dos sítios e o desenvolvimento de melhores condições de vida para as



populações locais, aumento de postos de trabalho, uma maior oferta cultural assim como uma melhoria das áreas de lazer.

Segundo o compreendido no *Plano de Gestão para o Centro Histórico do Porto* de 2010, a aposta para o desenvolvimento da cidade divide-se essencialmente em dois níveis:

- 1) Porto Património Mundial – Um espaço Humano por excelência. Neste âmbito o objetivo é desenvolver uma proximidade à população que conduza à sua participação, levando a que a reabilitação urbana deixe de ser um quase exclusivo da administração pública e passe a reproduzir o interesse de todos. A vantagem é que deste modo se possa educar uma população mais interessada no seu Património, dinâmica e orgulhosa da preservação do Centro Histórico. De igual modo, traz vantagens ao nível económico uma vez que *“without the active participation of the private sector, either of the current proprietors and traders, or of potential investors, we would necessarily have to wait decades to see a complete first cycle of recovery in all the operations of the historic centre.”* (idem: 64).
- 2) Porto Património Mundial – Uma marca de excelência. O sucesso de todo o processo de reabilitação passa também pela capacidade de criar um forte e bem estruturado plano de comunicação, que para além da comunicação para o exterior, com o interesse de atrair turismo, se foque em grupos específicos da população local. *“This communication plan should fulfill its pedagogical function and include mechanisms adapted to the different public profiles, paying special attention to the schools. The best guardians of the heritage value of this Site are its citizens. The more they are informed, made aware and involved, the better they will defend and protect it.”* (ibidem: 34). O objetivo é que o Centro Histórico do Porto seja uma marca (*brand*) de prestígio e distinção, compreendida deste modo pela população residente e por aqueles que a visitam.

O espelho do interesse impulsionado pela conservação do Centro Histórico e pelo número crescente de turistas que a cidade do Porto tem vindo a atrair ao longo dos anos, apoiado em diversos programas de incentivos financeiros desenvolvidos pela autarquia, pode observar-se no número crescente de pedidos de licenciamento dirigidos à Porto Vivo, SRU (entidade responsável pelo acompanhamento dos processos no Centro

Histórico). Desde 2008 até Outubro de 2010, os pedidos de licenciamento têm vindo a aumentar, contabilizando um total de 138 pedidos. Na área do concelho do Porto, o Centro Histórico gera cerca de 40% dos processos, sendo que destes, cerca de 60% são requeridos por pessoas coletivas (o mesmo acontece para a área do Concelho do Porto).

<b>Ano</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>até Out. 2010</b>
<b>Nº</b>	32	26	42

Figura 6: Pedidos de Licenciamento à Porto Vivo, SRU

O investimento Público no Centro Histórico da cidade estima-se que atinja os 32 milhões de Euros até ao final de 2012. Em relação aos privados os números dos valores de investimento são bastante oscilantes, tendo mesmo diminuído consideravelmente em 2010, o facto do país atravessar uma crise económica não deverá ser colocado de parte na leitura destes números.

<b>Investimento Público no Centro Histórico</b>	
<b>Ano</b>	<b>2010</b>
<b>Euros</b>	Previsão de 32.000.000 (até 2012)

Figura 7: Investimento Público no Centro Histórico.

<b>Investimento Privado no Centro Histórico</b>						
<b>Ano</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>Total</b>
<b>Euros</b>	585.990	9.625.667	12.199.319	9.002.952	375.330	<b>31.789.258</b>

Figura 8: Investimento Privado no Centro Histórico.

Os números aqui apresentados apontam para uma cidade que, pouco a pouco, tem vindo a criar bases conducentes tanto à preservação como ao desenvolvimento do seu Património edificado. Uma grande parcela que sustentabiliza o desenvolvimento do Centro Histórico, contribuindo para que este se torne num polo atrativo, assenta em grande medida no conceito do *uso*. Isto é em alterações do *uso* de determinado edifício,

quer para fins culturais, como o caso do Mosteiro de São Bento da Vitória que atualmente pertence ao Teatro Nacional de S. João, albergando peças de teatro e concertos, entre outras atividades culturais, quer para fins de adaptação a comércio e serviços. O desenvolvimento da cidade em termos turísticos leva a que surjam cada vez mais exemplos destas alterações, como reporta a adaptação de um grande número de edifícios de modo a reunirem condições para funcionarem como unidades hoteleiras, que vão desde antigos cinemas a conventos e palácios.



Foto 6: Fachada do Cinema Águia D'Ouro

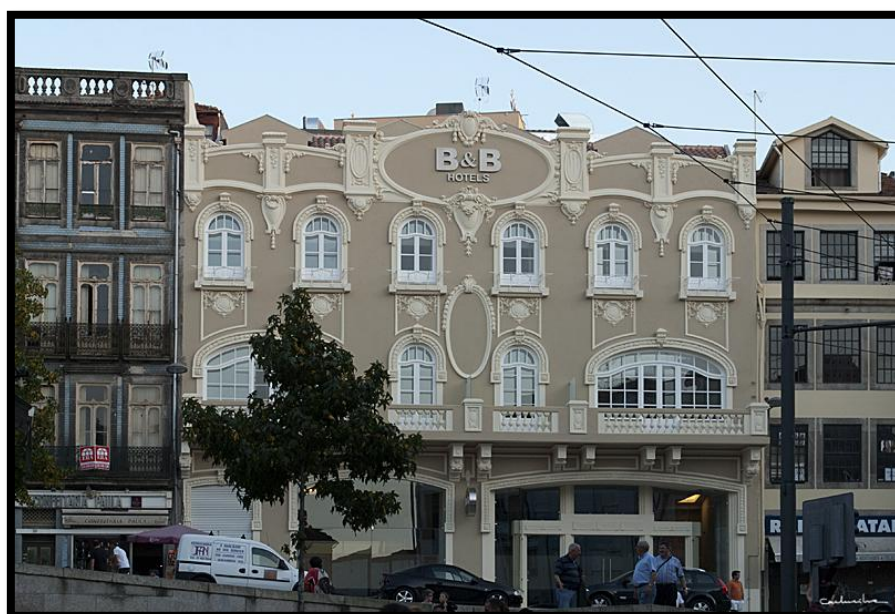


Foto 7: Fachada atual do B&B Hotel Porto.

Com um centro histórico com um valor reconhecido a nível internacional aliado a uma forte identidade cultural e perante um crescente número de turistas, o investimento, por parte da autarquia e privados, tem sido desenvolvido no sentido de tirar proveitos económicos, sociais e culturais das oportunidades que a cidade oferece, contribuindo deste modo para melhorar as condições de vida de quem visita e principalmente de quem habita na cidade. *“Considering that the historic areas are part of the daily environment of human beings everywhere, that they represent the living presence of the past which formed them, that they provide the variety in life’s background needed to match the diversity of society, and that by so doing they gain in value and acquire an additional human dimension.”* (Guimarães, Loza e Moura, 2010: 32).

### **3.1.2. Porto 2001 Capital Europeia da Cultura**

O programa europeu Capital Europeia da Cultura tem início em 1985, sendo que a primeira cidade escolhida para albergar um programa que se ambiciona não só de intercâmbio cultural europeu, mas também gerador de paradigmas culturais, é a cidade de Atenas. O Porto apresenta a sua candidatura ao programa europeu a 7 de Abril de 1997, em Maastricht, Holanda. O final do processo acontece a 28 de Maio de 1998, com decisão favorável para a candidatura da cidade que vem a albergar o programa Capital Europeia da Cultura no ano de 2001, já com o modelo inicial alterado, tornando possível haver mais do que uma cidade eleita no mesmo ano. O Porto partilha a designação com a cidade holandesa de Roterdão. A par da programação cultural, que veio a acolher 1959 eventos, o ano ficou também assinalado pela quantidade de projetos urbanísticos pensados para a modernização de alguns espaços públicos da cidade e pela projeção da Casa da Música, que se veio a transformar num dos edifícios mais emblemáticos da cidade, acrescentado um valor de modernidade ao Património já vasto da cidade, e funcionando como atrativo turístico, polo de eventos culturais e marca perseverante do evento Capital Europeia da Cultura 2001 para a cidade do Porto. Aliás, o lema da Porto 2001 era precisamente “Criar Pontes para o futuro”.

As obras de requalificação urbana ficam a cargo da sociedade criada para o efeito “Porto 2001, S.A.”, “uma sociedade anónima de capitais exclusivamente públicos, que tem como objetivos a conceção, planeamento, promoção, execução e

exploração de todas as ações que integram o evento PORTO 2001 - Capital Europeia da Cultura 2001, ou as que com ela se relacionam no âmbito da requalificação urbana”<sup>1</sup>. As obras de requalificação terminaram com um atraso de um ano e com inúmeros projetos que ficam por concretizar, como as intervenções nas praças da Liberdade, Carlos Alberto e Filipa de Lencastre, nas artérias em redor do hospital de Santo António e parte das ruas Passos Manuel e do Almada. Mais tarde esta sociedade vem dar origem à “Casa da Música, S.A.”, que tem por objetivo a conclusão das obras no edifício em questão. O projeto da emblemática Casa da Música foi definido em 1999, como resultado de um concurso internacional de arquitetura que escolheu a solução apresentada por Rem Koolhaas - Office for Metropolitan Architecture. “As escavações iniciaram-se ainda em 1999, no espaço da antiga Remise do Porto na Rotunda da Boavista, e a Casa da Música foi inaugurada em Abril de 2005. Concebida para ser a casa de todas as músicas, integra-se no processo de renovação urbana da cidade e numa rede de equipamentos culturais à escala metropolitana e mundial”<sup>2</sup>.

Os programas culturais das Cidades Europeias da Cultura têm sido muitas vezes criticados por apostarem menos em criar paradigmas culturais e mais em obras de requalificação ou projeção de equipamentos para as cidades. “As Capitais Europeias da Cultura têm sobretudo aproveitado um período de financiamento para fazer obras públicas, restauro de Património e impor-se com os seus valores turísticos”<sup>3</sup>. Apesar de os programas das Capitais da Cultura serem fortemente mediatizados por instituições governamentais, o impacto gera consequências que extravasam este campo. O evento é comentado noutros média mais populares, como a Internet, o que pode conduzir a um aumento do turismo nestas cidades nos anos posteriores ao da realização do evento.

### **3.1.3 O Turismo na cidade do Porto: Alguns Dados**

Segundo dados do Turismo de Portugal, estima-se que na Europa anualmente sejam realizadas 34 milhões de viagens internacionais cujo objetivo é viajar para uma cidade para visitar as suas atrações. “A principal procura das viagens internacionais de *city breaks*, i.e., aquela para a qual os *city breaks* são o principal motivo da viagem, é

---

<sup>1</sup> <http://cidadedoporto.no.sapo.pt>. Último acesso 22.06.12.

<sup>2</sup> [www.casadamusica.com](http://www.casadamusica.com). último acesso 22.06.12.

<sup>3</sup> António Pinto Ribeiro in Ípsilon 1 de Abril de 2011

composta por 34 milhões de viagens, com uma ou mais noites de duração. Este volume representa aproximadamente 14 por cento do total das viagens de lazer realizadas pelos europeus. Estima-se um crescimento anual entre 12 e 15 por cento ao ano nas viagens de *city breaks*.” (Turismo de Portugal, 2006: 9).

A cidade do Porto não é exceção a esta tendência europeia, sendo que o número de turistas e consequentemente de empreendimentos urbanísticos, que vão desde a criação de hotéis a estabelecimentos de restauração, especialmente no centro histórico tem vindo a aumentar consideravelmente. Segundo dados do INAC (2010) num estudo que comporta o período de 1990 a 2009 o tráfego aéreo no aeroporto de Sá Carneiro quadruplicou. Curiosamente, no período entre 2000 e 2003, que abrange o evento Porto Capital Europeia de Cultura, verifica-se uma estagnação. Naturalmente, existe por parte da autarquia da cidade do Porto uma forte dinamização do sector turístico, sendo este encarado como uma inquestionável mais valia para a cidade.

*“Tourism should therefore be a priority sector for the Historic Centre of Porto and it should make an important contribution, via an increase in external income, combating unemployment, as well as the positive consolidation of the image and appreciation of this property. Because it is World Heritage, the Historic Centre of Porto is in a position to attract added attention and curiosity, which allows the city to garner possible new interest in terms of tourism and culture. We are witnessing a growth in tourism throughout the entire city of Porto.”* (Guimarães, Loza e Moura, 2010: 36).

Indicadores	Valores	Ano	Fonte
Capacidade de alojamento em estabelecimentos hoteleiros <sup>1</sup> (Nº)	<b>10.405</b>	2009	Instituto Turismo de Portugal
Dormidas em estabelecimentos hoteleiros (Nº)	<b>1.457.336</b>	2009	Instituto Turismo de Portugal
Hóspedes em estabelecimentos hoteleiros (Nº)	<b>793.315</b>	2009	Instituto Turismo de Portugal
Estada média nos estabelecimentos hoteleiros (Nº noites)	<b>1,8</b>	2009	Instituto Turismo de Portugal
Taxa de ocupação cama (líquida) (%)	<b>61,3</b>	2009	Instituto Turismo de Portugal
Estabelecimentos hoteleiros <sup>1</sup> (Nº)	<b>92</b>	2009	INE, Anuário Estatístico da Região Norte (2009)
Museus <sup>2</sup> (Nº)	<b>18</b>	2009	INE, Anuário Estatístico da Região Norte (2009)
Galerias de arte (Nº)	<b>70</b>	2009	INE, Anuário Estatístico da Região Norte (2009)
Teatros	<b>17</b>	2008	IGAC
Imóveis de interesse público (Nº)	<b>56</b>	2010	IGESPAR I.P.
Monumentos nacionais (Nº)	<b>19</b>	2010	IGESPAR I.P.

**Nota:**

<sup>1</sup>Este valor refere-se a 31 de julho.

<sup>2</sup>Inclui os jardins zoológicos, os jardins botânicos e os aquários.

Figura 9: O Porto em números – Turismo

Verifica-se que o Turismo é para a cidade do Porto uma área em considerável crescimento, especialmente sensível no que respeita ao Centro Histórico, que se transforma num polo atrativo e fator de diferenciação da cidade. A aposta no desenvolvimento de infraestruturas que possam albergar os visitantes é talvez a maior prova de um investimento levado a cabo pela autarquia e investidores privados. Entre 2008/2010 verifica-se um crescimento bastante significativo do número de hostels, que se relaciona com o aumento de turistas jovens que chegam ao Porto, especialmente através das companhias aéreas *low cost*. Como refere o INAC (2010) as companhias *low cost* não vieram retirar passageiros às companhias tradicionais, mas antes contribuem para o desenvolvimento de um nicho de mercado que até então se deslocava muito menos, que vem beneficiar diretamente o turismo da cidade do Porto. A nível cultural a cidade também acompanha o aumento do número de visitantes, especialmente notório no número de galerias que em apenas dois anos quase duplica.

Ano	2008	2010
Hostels no Centro Histórico	1	6
Galerias de arte no Centro Histórico	5	9

Figura 10: Hostels e Galerias de Arte no Centro Histórico do Porto

Segundo a investigação realizada pelo Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo – IPDT (2008), os monumentos mais identificados pelos turistas que visitam a cidade, são os seguintes e por esta ordem: Torre dos Clérigos, Fundação de Serralves, Estação de S. Bento, Casa da Música, Palácio da Bolsa, Sé e Estádio do Dragão. Deste modo verifica-se que o Centro Histórico da cidade é um dos principais impulsionadores das visitas à cidade, da mesma forma como se destaca a presença da Casa da Música, empreendimento que deve a sua projeção ao evento Porto 2001 Capital Europeia da Cultura.

Os resultados das apostas feitas na indústria do Turismo têm vindo a surtir efeito. Em 2012 o Porto é eleito o “Melhor Destino Europeu” pelo *European Consumers Choice*, uma organização não-lucrativa e independente, com sede em Bruxelas. Todos os anos, os seus júris e parceiros nas áreas da indústria, design, turismo e imprensa especializada, selecionam produtos pela sua originalidade, características inovadoras e qualidades excecionais.

## 3.2. Análise da Representatividade do Património na Imprensa

### Metodologia

Neste capítulo iremos proceder à apresentação dos dados recolhidos na análise efetuada a textos publicados no jornal diário Público. O que se pretende para este estudo é uma análise da frequência com que aparecem textos relacionados com o Património edificado da cidade do Porto, mas também determinar significados e sentidos para os acontecimentos descritos. Optou-se deste modo por uma análise de conteúdo, sendo que “a tarefa principal deste tipo de análise consiste em examinar as relações entre as dinâmicas internas dos textos jornalísticos, e a estrutura social na qual esses textos circulam.” (Deacon et al., 1999: 1). Um dos objetivos deste trabalho de investigação é a abordagem do Património partindo do modo como este se relaciona com a sociedade envolvente, neste caso em concreto com a cidade do Porto. Pretendemos com esta análise perceber que dimensão atinge a abordagem jornalística ao mesmo tempo que a relação entre o Património e a cidade vai sofrendo diversas alterações, sociais, culturais e urbanísticas. “*Most of our social and political knowledge and beliefs about the world derive from the dozens of news reports we read or see every day.*” (Jankowski e Jensen, 1991: 110). Assim, a análise de conteúdos surge como a metodologia mais apropriada: a análise de textos jornalístico sobre o Património edificado da cidade do Porto sempre relacionado com as alterações sociais, culturais e urbanísticas durante o período de análise em estudo. “*Analysis of discourse is not limited to textual analysis, but also accounts for the relations between structures of text and talk, on the one hand, and of their cognitive, social, cultural, or historical contexts.*”(idem: 111).

### Amostra

A recolha dos textos jornalísticos incidiu sobre o jornal *Público*. A escolha deste meio teve em conta o facto de ser um jornal diário, considerado de referência, pelo que tende a abordar determinados temas culturais com mais profundidade, e que tem desde o seu início uma Seção Local relativa à cidade do Porto. Deste modo foi assegurado um acompanhamento do tema do Património suficientemente periódico e próximo à cidade



do Porto, adequado aos objetivos deste estudo, sendo. O período em análise vai desde dezembro de 1996, data em que a cidade do Porto recebe o título de Património Mundial da Humanidade, até dezembro de 2011, data próxima da conclusão deste trabalho. Deste modo pretende-se observar os vários acontecimentos que tomam lugar na cidade, assim como conferir atualidade.

A recolha dos textos foi realizada com recurso a duas estratégias. O período de dezembro de 1996, todo o ano de 1997 e até ao mês de Novembro de 1998 a pesquisa foi levada a cabo na Biblioteca Municipal do Porto, recorrendo à tradicional leitura dos jornais. Período que, apesar de ser consideravelmente mais curto do que o analisado digitalmente, ocupou uma parte avultada de tempo no processo da recolha dos dados. A partir deste período o jornal Público já tem disponível um acervo digital, o qual serve de base aos restantes anos. Para manter o mesmo padrão, o método empregue para ambos os períodos foi o mesmo: a leitura foi feita a um nível diário, tendo-se optado pela análise de todos os textos que falassem do Património Edificado referente à área delimitada como Património Mundial da Humanidade da cidade do Porto e à respetiva *zona tampão*. Decidimos também pela inclusão dos textos relativos ao edifício Casa da Música que, não estando situado nesta área, constitui um valor acrescido ao Património Edificado da cidade.

Tão vasta análise só foi possível graças ao arquivo digital do jornal, que permitiu, numa primeira fase a pesquisa a partir da palavra-chave “Património”, que conduziu a um total de 1348 textos. Daí seguimos para uma pré seleção, que foi efetuada através da leitura dos títulos dos artigos e respetivos leads. Esta parte da pesquisa foi bastante mais demorada do que o que era inicialmente esperado, isto porque durante os primeiros anos do arquivo, acontecia com bastante frequência que o mesmo título e lead eram utilizados em vários artigos, sendo necessário levar a cabo uma leitura mais profunda da notícia, de modo a perceber se esta poderia constituir parte do corpo de amostra ou não.

Nesta fase as notícias tinham que responder a dois critérios:

- 1) Se relatavam acontecimentos diretamente relacionados com o património edificado da cidade, e em caso afirmativo se este se situava na área delimitada para este estudo.
- 2) Se mencionavam o edifício Casa da musica.

No total foram contabilizados 539 textos, sendo estes de vários géneros que variam

entre a notícia e o artigo de opinião. Quando se iniciou a análise de conteúdo e sendo só nesta fase posterior que se efetuou a leitura completa do material recolhido, 44 deste texto foram excluídos da amostra, por razões que, essencialmente, se justificam ou porque numa leitura mais atenta verificou-se que a área referida não se insere na que estava delimitada para este trabalho, ou deveu-se ao facto de que a questão do património edificado tinha um peso tão pequeno no artigo que não se justificava fazer parte da base amostral. Desta forma, acabaram por ser contabilizados um total de 495 textos.

### **Instrumento de Avaliação**

Após o processo de recolha dos artigos deu-se início à sua análise, efetuada através de uma grelha de avaliação criada para o efeito. De forma a cimentar a sistematização da codificação foi criado um manual de codificação, disponível para consulta como Anexo 1, onde estão explicitados os critérios das várias dimensões analisadas. *“Research utilizing content analysis begins with the construction of a dataset. Researchers must establish parameters, by which they collect, or else sample, the material they intend to examine.”* (Reason e García, 2007: 7).

A grelha de análise que serviu de base à utilizada neste trabalho de investigação foi criada para um estudo que desenvolveu uma análise de conteúdo aos média durante o evento Glasgow Capital Europeia da Cultura: *“Approaches to the newspaper archive: content analysis and press coverage of Glasgow’s Year of Culture”*, desenvolvido por Matthew Reason e Beatriz García para o Centre for Cultural Policy Research da Universidade de Glasgow. Este modelo pareceu-nos ser adequado ao que pretendíamos para este trabalho, uma vez que, abordava também um grande acontecimento que veio a ter influência na vida cultural, social e económica da cidade, desenvolvendo uma análise a partir do ponto de vista dos meios de comunicação de massas. Em ambos os estudos pretende-se quantificar o número de textos e analisar as dimensões dos discursos que lhe estão associadas.

Iniciamos, então, a estruturação do Manual de Codificação que serviria de base à grelha deste trabalho. Imediatamente se fez sentir a necessidade de executar algumas alterações em relação à grelha do estudo de Glasgow, que se prenderam com questões como o número de páginas dedicados à notícia, tamanho do texto, se foi capa e se era acompanhada por alguma ilustração. Pontos de enorme importância de modo a avaliar o

impacto mediático de uma notícia, mas que não eram possíveis de quantificar no caso deste trabalho, pois nem sempre o arquivo digital nos permitia aceder a essa informação, por exemplo só em anos posteriores é que a fotografia passa a acompanhar a notícia, assim como nem sempre nos é permitido o acesso à capa de jornais mais antigos.

Após estas alterações, partimos para o primeiro teste ao modelo de avaliação. Imediatamente nos deparamos com a necessidade de acrescentar uma variável que nos conduzisse ao interveniente secundário dos textos analisados, uma vez que, principalmente pelas questões relacionadas com a autarquia foi desde logo notório que poderíamos chegar à criação de outra variável que se vem a revelar de enorme importância: atitude entre os atores. Por outras palavras, recorrendo a uma análise mais profunda aos intervenientes na notícia era possível avaliar a dimensão na qual estes se relacionam, isto é, deste modo é possível aferir do conflito ou concordância entre os atores. Foi também durante este primeiro teste que se definiram a grande maioria dos temas que iríamos analisar. Há que ressaltar, no entanto, que devido à dimensão temporal da amostra deparamo-nos com situações em que um determinado tema ganha imenso destaque num período específico, para depois passar a ocupar menos importância ou até desaparecer por completo. Houve, assim, a necessidade de introduzir novos temas a quantificar durante todo o processo de recolha, pois pela sua importância e/ou quantidade de vezes que estes eram abordados não poderiam deixar de ficar catalogados<sup>4</sup>. Deste modo tentamos ser o mais objetivos e assertivos na análise dos discursos associados ao Património Edificado da cidade do Porto.

À medida que a análise da literatura nos conduzia para um crescente aumento da intervenção dos privados nos centros históricos, atitude que é totalmente apoiada pelas classes governativas, até por uma questão de acelerar o processo de reabilitação, houve também a necessidade de introduzir uma variável que nos permitisse avaliar que tipos de capitais vêm mencionados nos média. Nesta fase já tínhamos concretizado a leitura de um número considerável de artigos, mas devido à importância que consideramos que esta variável constituía, voltamos a analisar esses mesmos artigos, com o objetivo específico de recolher os dados de análise para que tipo Capitais eram ou não referidos, quando se mencionavam investimentos no Centro Histórico da Cidade.

---

<sup>4</sup> Por exemplo a variável Achados Arqueológicos acabou por ser introduzida posteriormente ao começo do processo de recolha de dados, pois, ao contrário do que era expectável, vem referenciada várias vezes nalguns dos artigos analisados.

Ao longo dos vários teste realizados ao Manual de Codificação foram, desta forma, efetuadas diversas alterações que conduziram à construção deste instrumento de avaliação. Quando houve concordância entre os intervenientes nos testes, deu-se início à recolha de dados. Começamos por atribuir um código a cada artigo, imputado segundo a ordem de leitura. Todos os textos ficaram também agrupados por ano, mês e dia da publicação. Como acabamos por analisar um só diário não houve a necessidade de atribuir um código ao mesmo. Todos os dados foram catalogados numa folha Excel, que no final do processo foi exportada para o programa de tratamento estatístico SPSS, a partir do qual se organizaram todos os dados em gráficos e tabelas.

Após a categorização de todos os elementos que se pretendem analisar aplicamos a *“segunda fase do processo de coleta e análise de dados parte das subcategorias essenciais, definidas na etapa anterior, às quais se somam as inferências do pesquisador referentes ao objeto de pesquisa (...). Nessa fase, as inferências são fundamentais para a construção dos tópicos do instrumento, pois é a partir delas que é possível estabelecer as dimensões e relações para a análise, que possibilitará a construção de novo corpus teórico.”* (Bardin, 1977: 17). Por outras palavras, o objetivo dos dados recolhidos era não só a sua quantificação, assim como recolher elementos que pudessem conduzir a uma análise do seu conteúdo, neste ponto está, em certo modo, o maior desafio com que nos deparamos na realização deste trabalho. O Manual de Codificação que veio a constituir este estudo (Anexo 1), não deixa de ser um elemento que poderá sofrer mais transformações que conduzam a uma análise que possa de algum modo vir a complementar a que se segue.

### 3.2.1 Análise dos Resultados

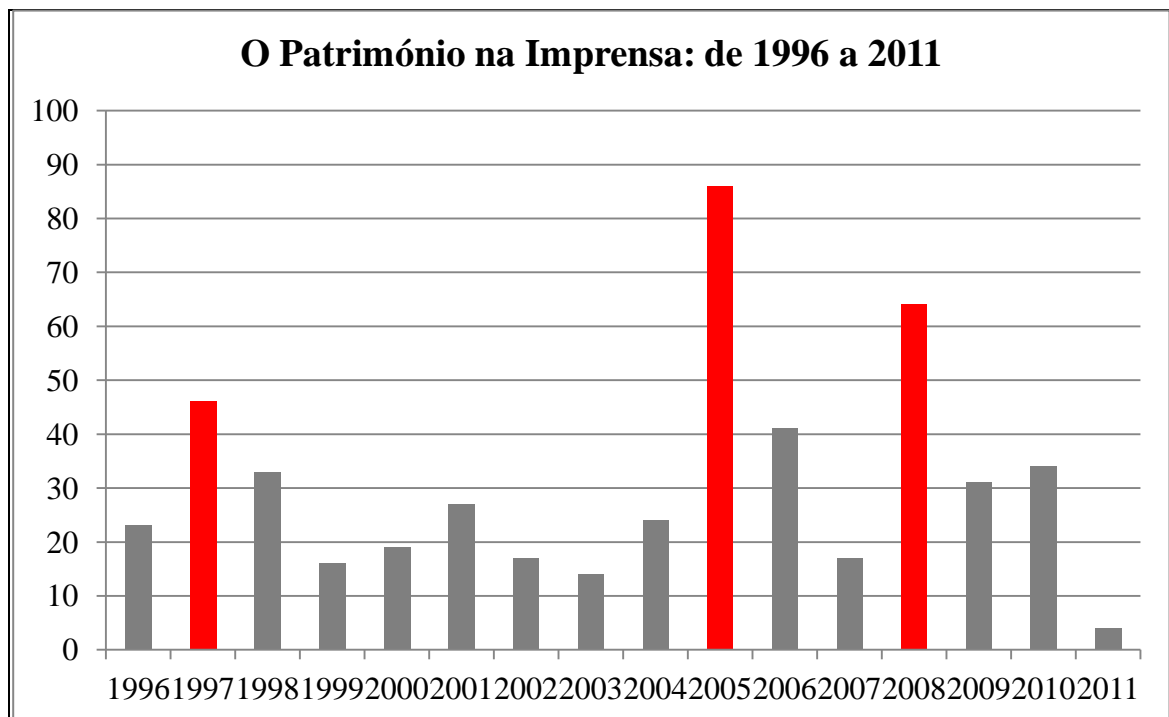


Figura 11: Número de Artigos por Ano onde o Património vem referenciado

A pesquisa realizada ao jornal Público entre dezembro de 1996 e dezembro de 2011 permite, numa primeira abordagem, destacar três períodos de análise pela maior quantidade de artigos observados. Estes são os anos de 1997 com 46 artigos, 2005 com 86 artigos e 2008 com 64.

O título Património Mundial da Humanidade é atribuído à cidade do Porto a 5 de dezembro de 1996, o que faz de 1997 o período de tempo mais próximo deste acontecimento mediático. De facto, observa-se uma quantidade significativa de artigos relacionados com esta temática, especialmente nos três primeiros meses do ano, o que vem justificar que 9,3% do total da investigação recaiam sobre o período de 1997.

No entanto, o maior destaque vai para o ano de 2005 que com a observância de 86 casos significa que 17,3% da amostra se centra neste período. O ano é marcado pela forte polémica que envolve a construção do Túnel de Ceuta, ou mais concretamente a localização de uma das saídas. O túnel atravessa parte de área Património Mundial da Humanidade, respetiva *zona tampão* acabando por sair perto de um Monumento Nacional, neste caso o Museu Soares dos Reis. Acentua-se aqui a questão do conflito, primeiro dentro da Câmara Municipal do Porto entre o partido no poder e a oposição e

depois envolvendo o estado central no papel, primeiro do IGESPAR, e depois do Ministério da Cultura, chegando este assunto a ser discutido em audiência parlamentar. Como referido por Brooks et al. (1988), existem seis critérios de noticiabilidade baseados na perceção que os jornalistas têm do que suscita a curiosidade pública. Dois dos critérios enumerados prendem-se um com a proximidade do público ao acontecimento e o outro ao conflito, sendo que a maioria das notícias referem-se a “conflitos”, desde a criminalidade às rivalidades desportivas ou políticas.

Por último, destaque para os 64 artigos analisados durante o ano de 2008 que correspondem a 12,9% do total da amostra. Este é o ano marcado pelo surgimento das Associações Cívicas em defesa do Património da cidade, onde se realça o caso do Mercado do Bolhão, com a tentativa por parte da Autarquia de entregar a exploração do espaço a uma empresa estrangeira, assim como a intervenção urbanística na Avenida dos Aliados a propósito da construção das estações do Metro.

Em relação aos anos que constituem um número baixo de artigos, temos de destacar o ano de 2001, altura em que a cidade recebeu o evento Capital Europeia da Cultura. Durante a pesquisa houve o cuidado de filtrar os artigos relacionados com este evento apenas para aqueles que estivessem relacionados com as intervenções urbanísticas levadas a cabo. A totalidade dos artigos referentes a 2001 constitui 5,4% da amostra, pouco se destacando da média de outros anos, onde não se verifica nenhum evento com as características como o que vem a acontecer na cidade durante 2001. Por exemplo, no ano de 2002 foram analisados 17 artigos, constituindo 3,4% da totalidade do período analisado. Uma explicação possível para tal facto poderá prender-se com a demora das intervenções urbanísticas levadas a cabo, especialmente em espaços públicos, e dos protestos que daí advieram em anos posteriores ao evento. Assim como se destaca como igualmente baixo o ano de 2011, onde foram contabilizados apenas 0,8% de artigos<sup>5</sup>. Não podemos também deixar de mencionar os 4,6% que constituem 1996, ressaltando que se referem na totalidade ao mês de dezembro, altura em que a cidade foi declarada Património Mundial da Humanidade e não ao ano completo.

De salientar ainda que nos 495 artigos analisados em 67,3% dos casos foi mencionado diretamente que a área em questão se tratava de Património Mundial da Humanidade e em 23,6% das vezes essa mesma área é referenciada como “Centro

---

<sup>5</sup> Para este período de análise foi igualmente utilizado o recurso ao arquivo digital do jornal Público, mas feito num período diferente do dos anteriores, onde eram já visíveis algumas alterações no modo de pesquisa, assim como na própria alteração do conteúdo do arquivo. Ressalvamos que poderá ser um facto constituinte destes números ao qual se aconselha uma pesquisa posterior realizada noutros moldes.

Histórico” ou “ Baixa da Cidade”, daqui se observa a importância que o título significa para a cidade.

### **Abordagem dos média aos acontecimentos**

Tendo-se verificado a distribuição dos artigos pelos vários anos, interessava-nos perceber em que tipo de artigo estavam mais presentes as referências patrimoniais. Assim, verificou-se que, no total dos artigos analisados, o género Reportagem destaca-se com 69,2% dos casos, número em parte explicado pelo jornal analisado ter uma Seção Local dedicada à cidade, o que justifica o fator proximidade ao acontecimento. 14,7% dos dados pertencem à categoria de Notícia, 12,9% aos Artigos de Opinião, onde foram aglomeradas as diferentes categorias de opinião como as cartas de leitor, editoriais e artigos de opinião de colaboradores do jornal Público. A entrevista é o género que se verifica com menor frequência contabilizando apenas 3,2% do universo da amostra, o que não deixa de constituir um facto curioso, se mais uma vez tivermos em conta o fator proximidade com o acontecimento e logo com os intervenientes e não raras vezes dinamizadores dos acontecimentos descritos.

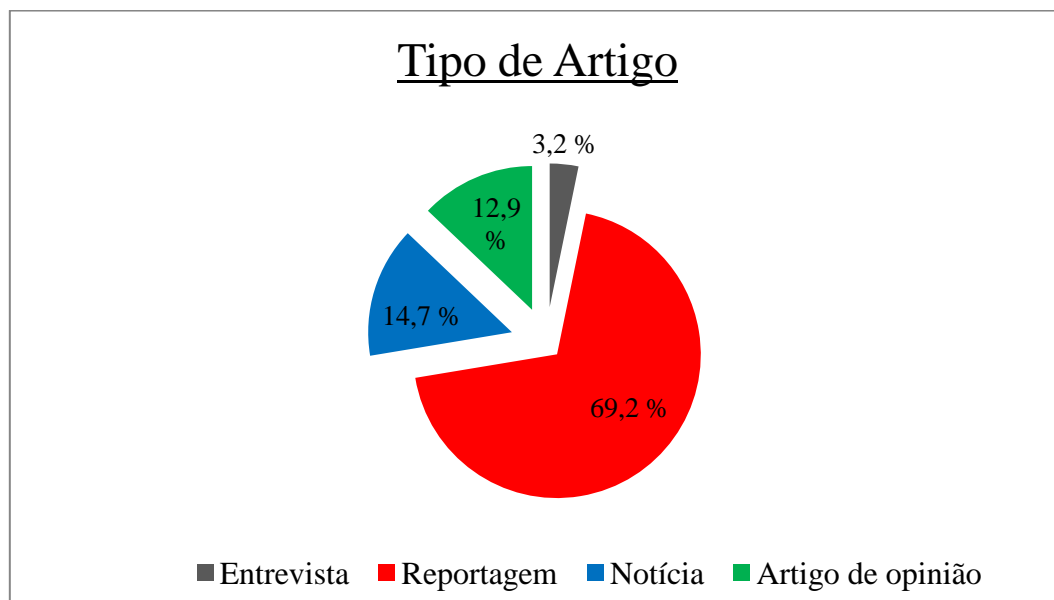


Figura 12: Análise percentual do Tipo de Artigos Analisados

O papel que os média assumem como um veículo de comunicação de massas, onde a abordagem ao acontecimento, isto é o modo como a notícia é relatada, pode conduzir a uma influência direta no modo como a mensagem é rececionada pelo público, justifica uma análise ao Tom utilizado nos artigos desta amostra. Observamos que das 345 reportagens analisadas, 325 adotam um tom neutro na sua abordagem ao tema, merecendo ainda assim destaque as 15 reportagem onde se adota um tom positivo, contando com 3 reportagens que abordam o tema de forma negativa. Em relação à Notícia, apesar de na grande maioria dos casos o tom ser neutro, o mais próximo a este género jornalístico, destaque ainda para as duas notícias onde se marca uma análise negativa ao acontecimento relatado. Já no que respeita aos Artigos de Opinião 31 adotam uma análise negativa dos temas abordados, o que constitui 48,4% da amostra, contra os 19 artigos (29,7%), onde a abordagem ao tema é feita de forma positiva.

### Tipo de Artigo

	Tom Do Artigo					Total
	Neutro	Negativo	Positivo	Análise Negativa	Análise Positiva	
Entrevista	14 (87,5%)	0	2 (12,5%)	0	0	16
Reportagem	<b>325</b> <b>(94,7%)</b>	3 (0,9%)	<b>15</b> <b>(4,4%)</b>	0	0	343
Noticia	61 (83,6%)	5 (6,8%)	5 (6,8%)	2 (2,7%)	0	73
Artigo de Opinião	1 (1,6%)	6 (9,3%)	7 (10,9%)	<b>31</b> <b>(48,4%)</b>	19 (29,7%)	64

Figura 13: Cruzamento de dados entre o Tom do Artigo e o Tipo de Artigo



## A Predominância das Fontes Institucionais e dos Capitais Públicos

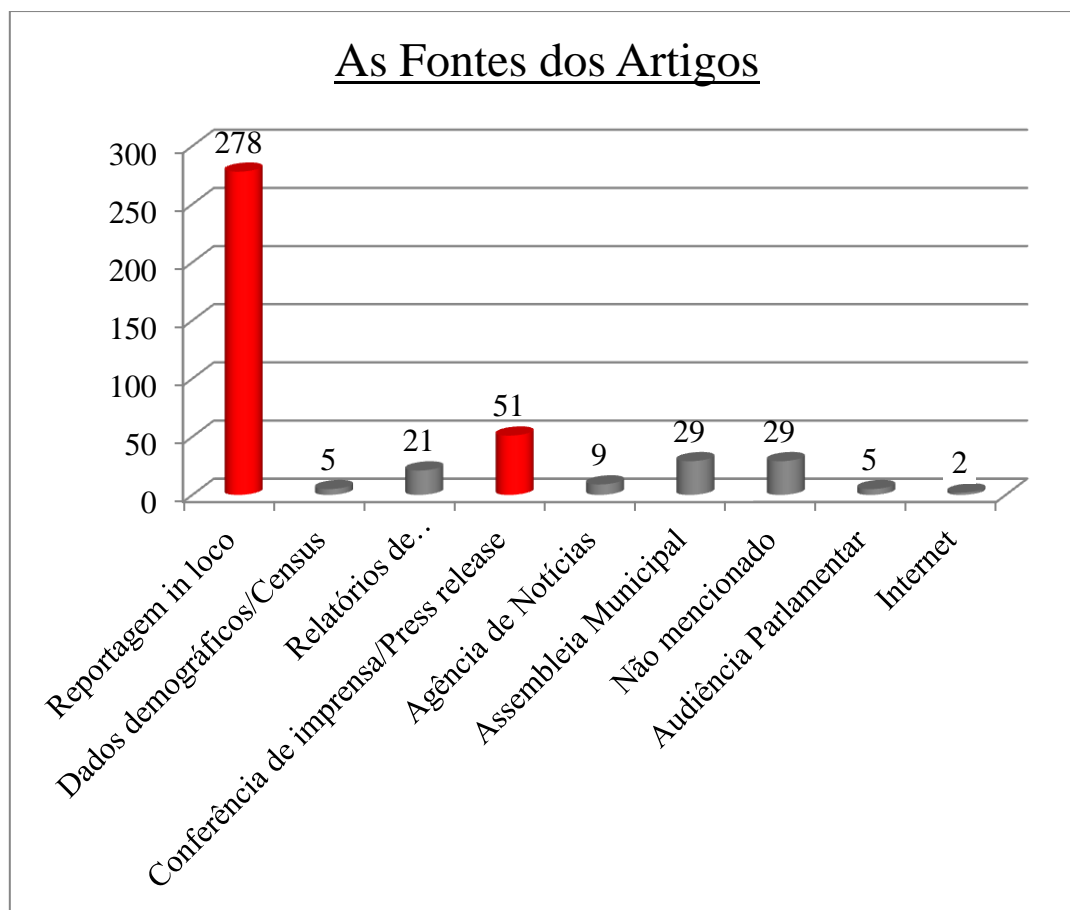


Figura 14: As Fontes dos Artigos

A observação dos dados apresentados até ao momento, não representa um fator surpresa que, no que respeita às fontes dos artigos, o maior destaque vá para a Reportagem *in loco*, responsável por constituir a fonte direta de 278 artigos, o que representa um peso de 64,8% do total da amostra. A segunda fonte a merecer destaque são as Conferências de Imprensa ou *Press Release*, responsáveis por 51 artigos, que representam 11,9% no total analisado. Neste ponto é de salientar que os organismos públicos, tal como a CMP, são os responsáveis por uma grande quantidade quer de Conferências de Imprensa, quer de *Press Release*, daqui se denota a influência indireta que as classes governativas detêm na construção do que constitui o corpo de artigos dos meios de comunicação. Tal como referido por Wolf (1999), atualmente assiste-se a um período em que já não se observa a tentativa de influência das massas recorrendo a um

processo de propaganda, mas antes podemos observar uma interação das dinâmicas sociais nos processos de comunicação com os públicos. A importância que o Património assume como dinamizador da melhoria das condições de vida das populações e consequentemente assumindo um importante papel nas políticas locais, conduz a que este seja muitas vezes utilizado na tentativa de se retirar benefícios políticos das ações que lhe são associadas. Não poderíamos deixar de referir que as visitas levadas a cabo por membros da CMP, quer do partido no poder, quer da oposição a zonas Património Mundial da Humanidade, onde se fazem sentir várias ações de reabilitação constituem, não raras vezes, o mote para as Reportagens *in loco* que foram analisadas.

A estas fontes seguem-se as Assembleias Municipais responsáveis por 6,8% dos artigos, exatamente a mesma percentagem reservada aos artigos onde a fonte não é mencionada de forma direta e inequívoca. Os 5 (1%) artigos onde a fonte é uma Audiência Parlamentar estão exclusivamente relacionados com o caso do Túnel de Ceuta, que pela proporção que teve foi levado a discussão ao Parlamento Português. O fator proximidade acentua-se de uma enorme relevância no modo como as notícias são tratadas, sendo que se recorre a Agências de Notícias em apenas 2,1% dos casos.

Os artigos, maioritariamente de Opinião direcionados para relatos que se prendem com a identidade da história da cidade, onde a questão da fonte foi classificada como Não aplicável não foram contabilizados para esta tabela de dados, por considerarmos que tal não nos conduzia a nenhum dado onde este valor viesse acrescentar uma mais valia para a análise dos dados recolhidos<sup>6</sup>.

Na tabela seguinte procedemos ao cruzamento de dados entre o tipo de artigo e as fontes onde mais se faz notar a predominância institucional. Podemos observar que a Assembleia Municipal enquanto fonte direta do artigo originou maioritariamente reportagens (93% dos casos), estando mais uma vez presente o fator proximidade no modo como o acontecimento é abordado pelos média. Tal como sucede com a Conferência de Imprensa/*Press Release*, com 38 casos de Reportagens (74,5%) e 12 de Notícias (23,5%).

Na leitura dos dados destaque ainda para as 25 Notícias onde a fonte não vem mencionada de uma forma direta e inequívoca, que na totalidade constituem 86,2 %, dos artigos onde a fonte não é mencionada. Sendo este um género objetivo por excelência

---

<sup>6</sup> Para o efeito foi considerada a *Valid Percent*.

não deixa de constituir um facto merecedor de destaque.

Fontes	Tipo de Artigo				Total
	Entrevista	Reportagem	Notícia	Opinião	
Conferência de imprensa/ Press release	0	38 (74,5%)	12 (23,5%)	1 (1,9%)	51
Assembleia Municipal	0	<b>27 (93,1%)</b>	1 (3,4%)	1(3,4%)	29
Não Mencionado	0	4 (13,8%)	<b>25 (86,2%)</b>	0	29

Figura 15: Tipo de Artigos e as Fontes: alguns destaques.

Ao analisarmos o Património Edificado da cidade e, por consequência, as muitas intervenções arquitetónicas e urbanísticas que se fizeram sentir, tornou-se imprescindível para esta amostra a recolha da informação relativa às verbas envolvidos nessas intervenções. Por outras palavras, pretendemos averiguar que tipo de Capitais vêm mencionados pelos média quando se noticiam investimentos no Centro Histórico. Se ao nível das fontes que influenciam a criação do valor notícia pode observar-se uma predominância de valores institucionais, com os Capitais a situação é semelhante.

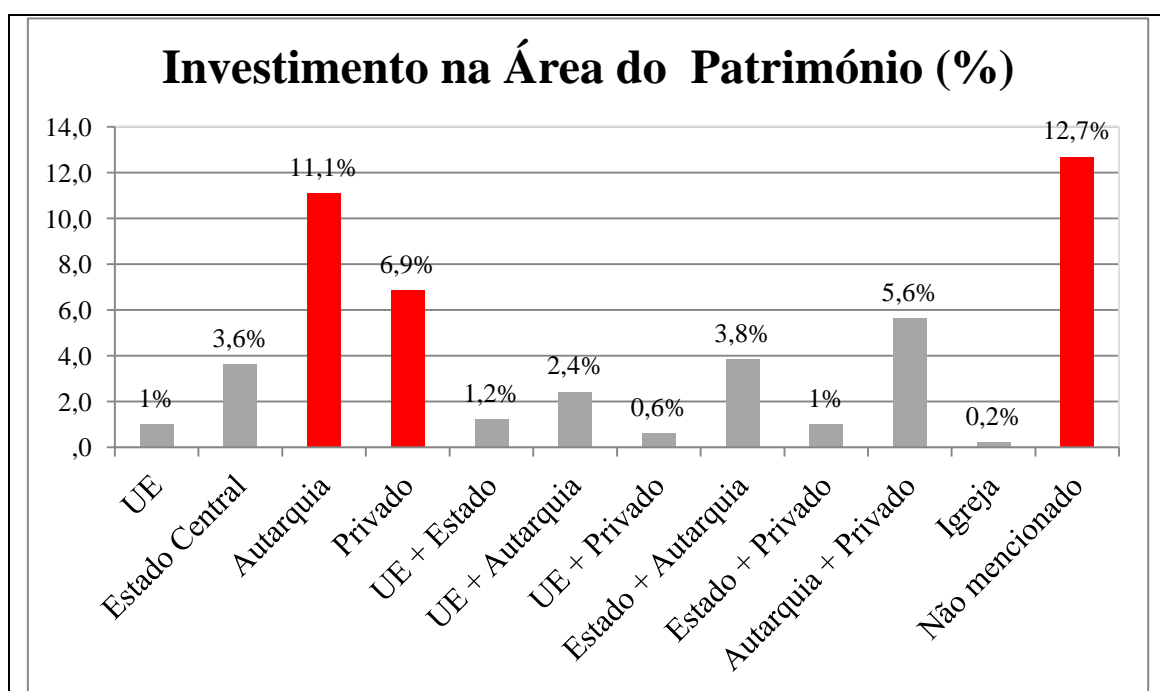


Figura 16: Investimento na área do Património referenciado na imprensa.

De facto os capitais públicos assumem uma relevância considerável, sendo que

temos de considerar neste ponto as muitas obras polémicas que envolvem a cidade, entre elas o Túnel de Ceuta, Casa da Música, Intervenção na Avenida dos Aliados, entre outras que seguramente contribuem para esta tendência. Pelo elevado número de artigos onde a Autarquia (partido no poder) assume destaque, não é pois de estranhar que quando falamos de capitais, os que se relacionam com a Autarquia são destacados, mencionados num total de 55 artigos (11,1%), ao que se somam ainda os 12 casos da frequência UE+Autarquia (2,4%) e os 28 artigos relacionados com capitais Autarquia+Privados (5,6%). Os Capitais relacionados com a Igreja somam apenas 0,2% dos casos, sendo que se verifica uma escassez de artigos relacionados com o Património pertencente à Igreja de uma forma geral em todas as variáveis deste estudo. As intervenções dos Privados no Centro Histórico, especialmente as levadas a cabo em anos mais recentes e muitas delas orientadas para o setor dos serviços e Turismo são mencionadas em 34 casos (6,9%), o que a nível de Capitais os situam imediatamente a seguir ao valor mais alto que pertence à Autarquia.

Quando o artigo fala de um modo direto de alguma obra, sendo esta de carácter de restauro ou construção de raiz e não menciona o custo, é catalogado como Não Mencionado correspondendo aqui a 63 casos (12,7%).

Ressalvamos que, a maior percentagem, mais exatamente a que corresponde a 49,6% da amostra recai na frequência de Não Aplicável, traduzindo-se em 246 artigos. Para este ponto foi considerado que nem sempre se torna uma informação pertinente mencionar o custo da obra. Por exemplo, ao longo da polémica à volta do Túnel de Ceuta, não é imprescindível que cada vez que um dos atores intervenha mencione o custo da obra, ficando assim catalogado como Não Aplicável. Este aspeto é também extensível aos artigos que falam da identidade histórica ou social da cidade, assim como de políticas culturais, o que, de algum modo, vem acrescentar que a dimensão do que é tratado pelos média em relação ao Património transcende as intervenções de carácter urbanístico.

### **A relevância dos Intervenientes**

Uma das dimensões sobre a qual esta investigação se debruçou foi em quantificar os dados relativos aos intervenientes nas notícias contabilizadas para amostra. Estes são aqui designados como atores, dividindo-se em dois grupos: Ator 1 e Ator 2,

agrupados e diferenciados pela quantidade de vezes referidos e se há ou não recurso ao discurso direto.

Foram quantificados diversos intervenientes (Tabela em Anexo 2), de seguida passamos a analisar aqueles que assumem um papel de relevo nos objetivos traçados para este estudo:

- A parcela relativa a **Autarquia: partido no poder** aparece referida como Ator1 209 vezes e como Ator2 104, contabilizando um total de 313 casos, pesando 42,1% e 26,3% respetivamente na percentagem de cada variável<sup>7</sup>, é aquela que se realça como a que por mais vezes foi mencionada. Podemos deste modo observar que a *Autarquia: partido no poder* assume o papel de ser o maior interveniente nos artigos que se referem ao Património Edificado da cidade. De facto são muitos os edifícios que são propriedade da CMP, assim como naturalmente, esta assume a responsabilidade pelas muitas intervenções urbanísticas que a cidade sobre ao longo dos anos. Há também a acrescentar que todas as intervenções na área Património da Humanidade têm sempre que ser tuteladas, isto é autorizadas e supervisionadas pela autarquia. No entanto, existem inequivocamente outros fatores que contribuem para esta predominância, ao cruzarmos estes dados com os que respeitam às fontes, pode observar-se uma predomínio do fator institucional na construção de textos jornalísticos, mesmo quando feito de modo indireto recorrendo a Conferências de Imprensa, tal como analisado no ponto anterior.

- Uma leitura atenta dos dados conduz-nos também à clivagem entre estes números e o da parcela **Autarquia: oposição** que na soma das duas variáveis é mencionada 64 vezes, 33 vezes como Ator 1 que corresponde a 6,7% da totalidade desta variável e 31 vezes como Ator 2, correspondente a 7,8% dos casos. Não deixa, deste modo, de ser um número substancialmente inferior ao destaque que merece a Autarquia: partido no poder na abordagem levada a cabo pelos média.

- As **Entidades Municipais** também merecem destaque, principalmente no papel de entidades responsáveis pelas intervenções urbanísticas no centro histórico como o CRUARB e SRU, com um total de 70 casos onde são os intervenientes nas notícias. De referir as muitas modificações em espaços públicos da cidade sob tutela destas entidades, assim como o papel que assumem em projetos de investigação e

---

<sup>7</sup> Para efeitos de percentagem relativos a Ator 2 não foram contabilizados os 20,2% correspondentes ao *Missing System*, isto é ao valor dos casos onde o Ator 2 não foi reconhecido e validado. Foi para este efeito tida em conta a *Valid Percent*

intervenção que executam ou colaboram. Já os **Organismos Públicos**, variável na qual se insere o IGESPAR são referidos em 66 artigos na totalidade das duas variáveis. 5,6% das vezes como Ator 1, enquanto que as Entidades Municipais merecem aqui um maior destaque sendo mencionadas como Ator 1 em 7,5% das vezes.

- A **Igreja Católica**, fazendo parte do grupo dos principais proprietários de edifícios no Centro Histórico, vem mencionada em apenas sete artigos. Por constituírem uma parcela das mais baixas na amostra com 0,6% como Ator 1 e 1% como Ator 2, aponta numa direção contrária ao que era expetável quando se deu início ao processo da recolha dos dados, atendendo não só à questão dos edifícios que pertencem à instituição, assim como à influência que esta tem na sociedade portuguesa.

- Outro dos principais proprietários de edifícios situados em área Património Mundial da Humanidade são os **Privados**, sendo que neste ponto a recolha dos dados conduz-nos a outra análise. Os Investidores Privados vêm mencionados 27 vezes como Ator 1 e 30 vezes como Ator 2, totalizando 57 artigos. A relevância que os Investidores Privados assumem vem confirmar que a participação dos privados no desenvolvimento do centro histórico é não só necessária assim como incentivada para que todo o processo de desenvolvimento do mesmo se torne mais célere (Guimarães, Loza e Moura, 2010).

- As **Associações Cívicas** constituem uma fatia considerável nesta amostra, sendo intervenientes em 41 artigos onde, repare-se que são o Ator 1 em 35 dos casos, o que representa 7,1% no que respeita a ser o interveniente principal, ficando apenas atrás do destaque dado à Autarquia: partido no poder e às Entidades Municipais, isto é aos organismos institucionais. Neste ponto vemos também confirmado que o modo como o cidadão comum olha para as questões relacionadas com o Património é muitas vezes diversa do modo como este é encarado pelos especialistas e políticos, com os membros da sociedade cada vez mais aptos a intervenções que vão na linha da defesa do que consideram como “seu” Património. (Ashworth e Howard, 1999: 17).

A frequência dos artigos onde os seus intervenientes estão catalogados como Outros é também assinalável, totalizando 61 casos. Este fato deve-se a várias situações pontuais onde determinado ator vem destacado, mas não o número de vezes suficiente para que fosse criada uma categoria própria. Temos por exemplo a direção do Hospital de Santo António no caso Túnel de Ceuta, Associações de Estudantes ou a visita de algum político estrangeiro à cidade.

Atores	Número de Artigos		
	Atores 1	Atores 2	Total
Autarquia: partido no poder	209	104	<b>313</b>
Autarquia: oposição	33	31	<b>64</b>
Igreja	3	4	<b>7</b>
Investidores Privados	27	30	<b>57</b>
Associações Cívicas	35	6	<b>41</b>
Outros	29	32	<b>61</b>

Figura 17: Cruzamento de dados entre os Atores e o Número de Artigos: alguns destaques

A opção de distribuir os intervenientes dos textos analisados em Ator 1 e Ator 2, permitiu não só uma análise mais substancial no que respeita ao destaque atribuído pelos média, como também tornou possível direcionar o estudo para outra dimensão, que se prende com a Atitude dos Atores. Por outras palavras, permitiu-nos obter dados quanto à questão da existência ou ausência de conflito na notícia, que como referido por Brooks et al. (1988), um dos critérios de noticiabilidade refere-se à questão de “conflito”.

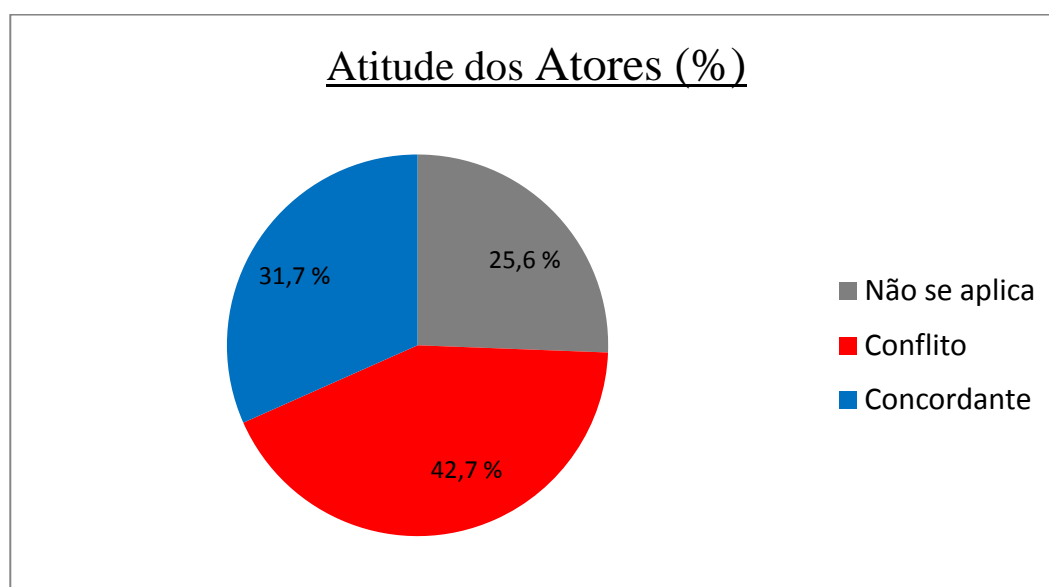


Figura 18: Atitude dos Atores

Uma percentagem elevada (42,7%) no que respeita à atitude dos atores corresponde de facto à situação de conflito entre os intervenientes, sendo aqui incontornáveis as situações que opuseram a CMP ao IGESPAR e Ministério da Cultura durante o ano de 2005, assim como as fortes intervenções de Associações Cívicas que, principalmente, durante o ano de 2008 se opõem a decisões camarárias relativas ao Património Edificado da cidade. De forma pontual, e sendo uma situação comum ao longo de toda a amostra, temos as situações de conflito dentro da autarquia entre o partido no poder e a oposição. Em 31,7% dos casos a atitude é de concordância e em 25,6% não se aplica, lembrando aqui o grande número de artigos que têm como fonte, por exemplo, as conferências de imprensa, onde muitas vezes não é claramente identificado um Ator 2, assim como os artigos de opinião.

O desenvolvimento económico, social e cultural que se faz sentir na cidade do Porto nos anos posteriores ao título de Património Mundial da Humanidade, no qual o Património Edificado da cidade assume um papel de grande relevo são consistentes com um papel ativo que a CMP assume neste processo, não é pois de admirar que, a leitura dos dados indica uma proeminência da Autarquia: partido no poder como Ator 1, sendo esta responsável direta pelas muitas intervenções urbanísticas que a cidade sofreu. No entanto há que sublinhar que quando se efetua o cruzamento de dados entre a autarquia: partido no poder como Ator 1 com a variável Capitais esta traduz um total de 34 artigos onde os custos da intervenção não vêm mencionados. Outra situação que merece destaque é a dos capitais Público/Privado quando assumem a variável Ator 1, sendo que nos 4 casos detetados estão todos catalogados como capital não mencionado. Situação inversa acontece quando comparado ao caso dos capitais de Investidores Privados, não se contabilizam artigos onde os capitais não são mencionados, sendo que no caso dos privados temos 22 artigos onde os capitais estão mencionados como Privados, três como Autarquia+Privado e dois como Não Aplicável. Dados disponíveis para consulta mais detalhada na tabela que consta no Anexo 3.



## Temas Abordados

Temas <sup>8</sup>				
	Tema 1	Tema 2	Tema 3	Total
<b>Identidade Nacional</b>	2	4	7	13
Identidade Histórica	29	40	26	<b>95</b>
<b>Identidade Cultural</b>	5	31	29	65
<b>Identidade Social</b>	2	14	24	40
<b>Achados Arqueológicos</b>	1	3	3	7
<b>Fatores Económicos</b>	8	31	19	58
<b>Criação de postos de trabalho</b>	0	1	4	5
<b>Turismo</b>	<b>8</b>	<b>26</b>	<b>22</b>	56
<b>Política cultural</b>	16	6	1	23
Infraestruturas de raiz	99	33	8	<b>140</b>
Intervenção no Centro Histórico	133	67	4	<b>204</b>
<b>Adaptação de Edifícios</b>	51	29	16	96
<b>Reabilitação de Monumentos</b>	81	24	8	113
<b>Estudos/Relatórios</b>	9	4	8	21
<b>Projetos culturais</b>	7	1	1	9
<b>Comércio Tradicional</b>	13	22	6	41
Comunicação e Marketing	12	9	12	33
<b>Salubridade</b>	9	28	12	<b>49</b>
<b>Casa da música</b>	8	7	5	20
<b>Outros</b>	3	14	6	23

Figura 19: Os Temas Abordados

<sup>8</sup> Os temas foram divididos de acordo com a importância que assumem nos textos em Tema 1, Tema 2 e Tema 3.

Sendo o discurso uma construção social, quando analisado tem sempre de ser considerado o seu contexto histórico social. A análise levada a cabo tenta estabelecer, neste sentido, a frequência com que se recorre a determinado tema nos textos analisados, ou por outras palavras analisar as dimensões dos discursos aplicados ao Património. Neste caso corresponde ao acompanhamento durante o período de tempo que vai desde dezembro de 1996 até dezembro de 2011, de eventos relevantes relacionados com o Património da cidade do Porto, onde entre eles se destaca a nomeação da cidade a Património Mundial da Humanidade em dezembro de 1996, que viria, de modo mais direto, primeiro a influenciar toda a gestão dedicada ao Património e depois a própria vida da cidade. A literatura refere que, a importância que o Património auferir para as sociedades modernas reside na estreita ligação deste à identidade histórica, social e cultural de um determinado lugar. De facto, não raras vezes esta ligação justifica as intervenções que se fazem sentir no Património Edificado das regiões.

Ao analisarmos os temas de modo a compreendermos que tipo de Identidade está mais vezes patente nos média quando associada aos discursos relacionados com o Património, optamos primeiramente por dividir o tema em 4 variantes, de modo a clarificarmos o que se entende como Identidade:

Identidade Nacional – quando reporta a referências relacionadas diretamente com a identidade portuguesa, sobrepondo-se às da cidade.

Identidade Histórica – referência ao Património como parte da história da cidade do Porto.

Identidade Cultural – refere o Património como parte integrante da identidade cultural da cidade.

Identidade Social – o Património como identidade social da cidade.

Podemos observar que a Identidade Nacional na soma do Tema 1, Tema 2 e Tema 3 contabilizando 13 artigos é aquela que menos vezes é referida como associada ao Património da cidade do Porto. Já a Identidade Histórica com um total de 95 artigos é a que mais se destaca. Verifica-se assim, que o Património como valor de memória de uma sociedade vê perpetuada a sua importância no tempo (Almeida, 1998). O tema da Identidade Histórica ganha maior realce nas datas próximas da nomeação a Património Mundial da Humanidade (1996 e 1997), assim como no ano em que a cidade é Capital Europeia da Cultura (2001). Facto

igualmente interessante destaca o ano de 2008, onde as polémicas que envolvem as intervenções urbanísticas na Avenida dos Aliados e no Mercado do Bolhão, entre a CMP e as várias Associações Cívicas, que nesta altura surgem em defesa do que consideram ser o Património de todos os habitantes da cidade, voltem a destacar a Identidade Histórica nos artigos analisados.

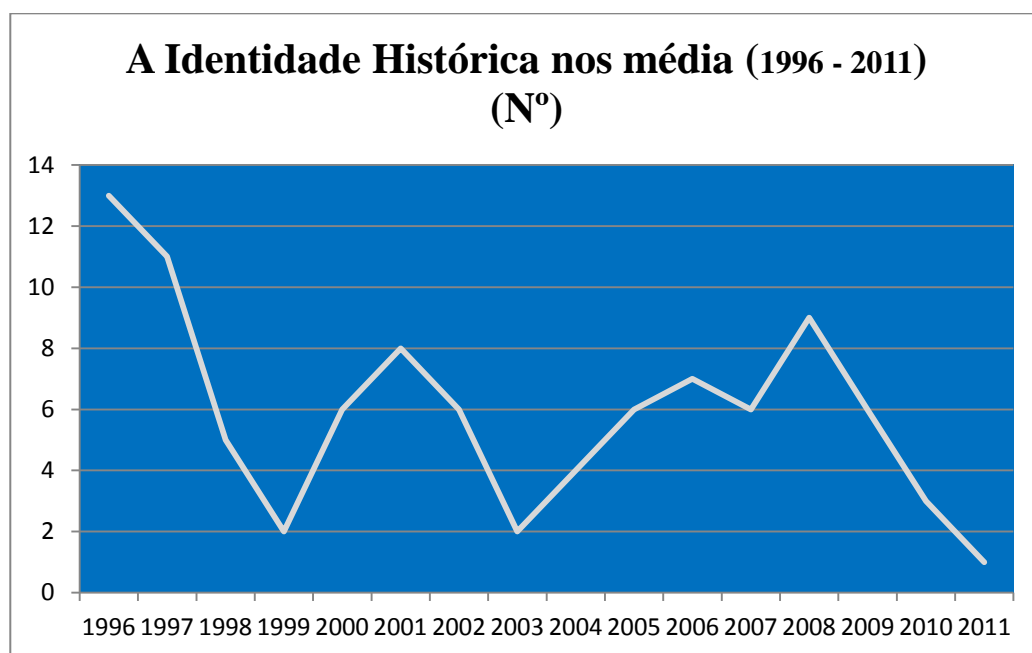


Figura 20: A Identidade Histórica nos média (1996 – 2011) (Nº).

No que concerne à Identidade Social esta vem mencionada como Tema 1 em apenas dois casos, assumindo somente relevância como Tema 3 onde representa 4,8% da amostra, o que representa 24 artigos. Assim como, a Salubridade, na perspetiva da degradação e más condições de habitabilidade dos edifícios na área geográfica constituinte da amostra, contrariamente ao expetável no início deste estudo, baseado nas preocupações expressas pela autarquia nesta área, o tema não oferece grande destaque nos média, totalizando 49 acasos sendo que incidem apenas 9 (1,6%) como tema principal. Apenas ganha maior relevância como tema 2, mencionado em 28 casos (7,1%). Um dado que constitui interesse é que a maioria das notícias destaca este tema quando a abordagem é feita na perspetiva do perigo de algum edifício ruir, portanto é mencionado quando as más condições dos edifícios colocam em perigo a via pública e são já uma situação limite. Apesar do Centro Histórico da cidade do Porto se encontrar num mau estado de preservação, onde os esforços para a melhoria de condições de vida

da população constituem um dos objetivos quando da candidatura a Património Mundial da Humanidade e uma preocupação expressa nos anos que se seguem, o tema quando abordado pelos média do ponto de vista da Identidade Social e das condições de Salubridade, merece pouco destaque.

Quando observamos os Fatores Económicos os dados apontam igualmente para um fraco destaque como tema principal, onde vem mencionado em 8 artigos (1,6%), atingindo a maior relevância como Tema 2 contando aqui com 31 casos (7,9%). Quando este tema é mencionado na maioria das vezes está relacionado a programas de incentivos de reabilitação do centro histórico mas também à lei das rendas.

No que respeita às intervenções urbanísticas levadas a cabo no Património Edificado da cidade, a Intervenção no Centro Histórico, isto é as intervenções urbanísticas realizadas no espaço público, são aquelas que maior destaque merecem na comunicação social, vindo a totalizar 204 casos, 133 como Tema 1 o que se traduz em 26,8% no total da variável. Quando não se trata de uma obra de restauro, mas antes de algo que é feito de novo catalogamos o tema como Infraestruturas de Raiz, que conta com 140 casos, com 99 (20%) destes a merecerem destaque como tema principal, estando associado a estes números o caso Túnel de Ceuta que pela polémica que gerou vem influenciar o forte número de casos na variável Tema 1, mas também a construção do novo espaço na Praça de Lisboa, assim como uma série de projetos apresentados, especialmente para o Porto 2001, mas que não chegam a ser concretizados. Deste modo se explica que este tema tenha uma maior relevância mediática do que o dado à Adaptação de Edifícios, que totaliza 96 casos na soma dos três temas. A capacidade de alteração do *uso* que sustenta a viabilidade dos edifícios, que no fundo é o que vem sustentar também a reabilitação dos Centro Históricos, não merece por parte dos meios de comunicação social um destaque que esteja nivelado com a importância que a literatura atribui à capacidade de adaptação dos edifícios nas sociedades modernas.

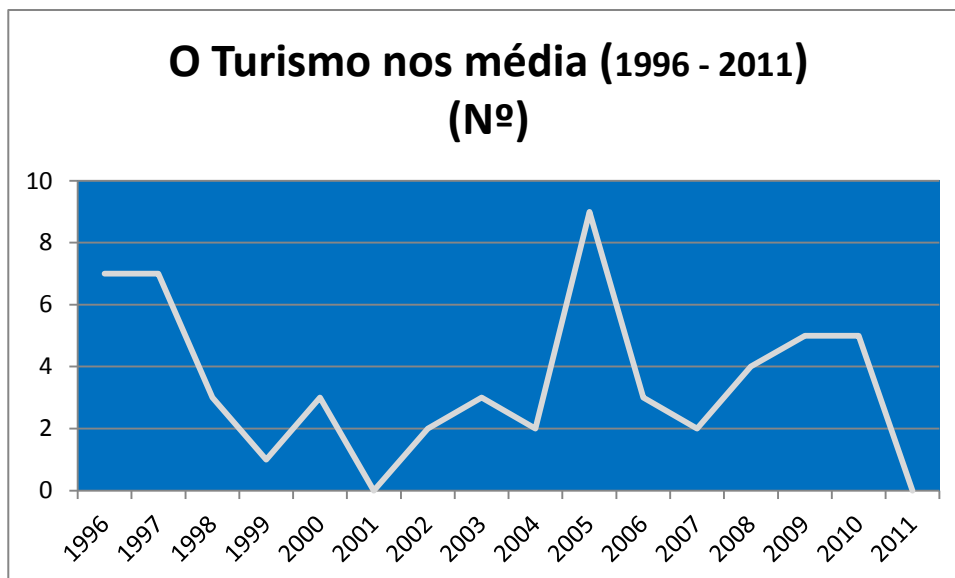


Figura 21: O Turismo nos média (1996 – 2011) (Nº).

Na candidatura da cidade do Porto a Património Mundial da Humanidade um dos objetivos apontava para o desenvolvimento do setor do turismo associado ao Património da cidade. Ao longo dos anos esta foi sempre uma aposta forte da Autarquia, que desenvolve incentivos económicos, sociais e culturais para que tal aconteça. Como demonstrado no capítulo anterior esta aposta é visível em vários pontos, especialmente no crescimento do número de unidades hoteleiras que abriram no centro histórico. No entanto, a investigação desenvolvida apresenta o tema Turismo com um total de 56 casos, que quando comparado com elevado número de casos relacionados com as intervenções urbanísticas revela-se reduzido. Dos 56 textos onde vem mencionado o tema Turismo apenas em oito casos aparece como tema principal, que se traduz em 1,6% da amostra. Como Tema 2 o Turismo vem mencionado 26 vezes (6,6%) e como Tema 3 conta com 22 situações (10%).

A importância que a nomeação Património Mundial da Humanidade assume para o desenvolvimento regional, baseia-se em parte no poder de atração turístico que a região passa a auferir, assim se justifica que no período próximo à atribuição do título à cidade (1996 e 1997) o tema fosse abordado de modo mais acentuado. Assim como, atendendo ao desenvolvimento turístico que se fez sentir na cidade nos últimos anos, não é pois de admirar que se volte a observar o destaque ao tema nos anos de 2009 e 2010. O ano de 2005, não fica somente marcado pela forte polémica à volta do Túnel de Ceuta, a reabilitação de monumentos como a Torre 24 na Sé e intervenção pensada para a zona da Alfândega, projetos desenvolvidos

visando o setor do turismo, assim como o desenvolvimento de eventos culturais que se associam ao Património da cidade com o intuito de atrair turistas, contribuem para que o ano de 2005 se destaque também neste ponto. É pois curioso que durante o ano de 2001, altura em que a cidade recebe o evento Capital Europeia da Cultura, também ele marcado por um forte investimento no turismo que possa atrair para as cidades que acolhem o evento, o tema não venha mencionado nenhuma vez. Há que ressaltar que o tema foi analisado do ponto de vista do Património, isto é só contabilizamos os textos onde se mencionasse o turismo na sua estreita relação ao Património, não significa que o tema não tenha sido abordado durante o ano em questão, simplesmente não se verificou nenhum texto associado aos parâmetros propostos para esta investigação.

Relativamente ao tema do Comércio Tradicional observamos que pela predominância de estabelecimentos comerciais no Centro Histórico, maioritariamente vocacionados para os serviços e retalho, assim como as várias intervenções urbanísticas levadas a cabo nos espaços públicos, que vêm naturalmente a provocar um grande impacto, assim como pelo investimento levado a cabo neste setor intimamente ligada ao desenvolvimento turístico, observamos que o tema merece igualmente destaque nos meios de comunicação, sendo mencionado em 41 casos. Tendência que já se verificava quando analisados os intervenientes nas notícias, onde os Comerciantes contavam com 33 casos.

Apesar de o Centro Histórico do Porto ser o seu maior atrativo turístico, a cidade possui, naturalmente, Património fora desta área, suscetível também de funcionar como dinamizador da cidade, conferindo-lhe até alguma modernidade. Por esta razão, e por ser o Edifício mais emblemático em consequência do evento Capital Europeia da Cultura, optamos por analisar a Casa da Música. Os textos observados visam exclusivamente o ponto de vista do Património edificado e não a sua vertente cultural. Na soma dos três temas conta com 20 casos o que consideramos significativo da importância do edifício para a cidade, justificando estar entre os sítios mais visitados segundo o estudo desenvolvido pelo Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo (2008).

No que refere aos 23 casos catalogados como Outros, estes apontam para situações pontuais como rede de transportes públicos, intervenções em estátuas, questões ambientais ou questões judiciais.

Na observação dos temas analisados, mais uma vez se demonstra uma tendência

à relevância dos temas que conduzem a setores institucionais, que aqui se fazem notar pelas vezes que as intervenções em espaços públicos são mencionadas. No entanto, esta variável, vem-nos permitir aferir de outros dados, como a relevância dada ao tratamento em relação à Identidade Histórica, que vem de encontro ao defendido pela literatura que a preservação do Património se encontra no valor que este assume na memória coletiva de uma região. Assim como, se pode verificar, graças à quantidade de temas analisados e às diferentes vertentes que a estes reportam, que passam por valores económicos, sociais e culturais, que quando o Património Edificado vem mencionado nos média, a dimensão dos discursos que a ele se associam ultrapassam as questões relacionadas com as intervenções urbanísticas e arquitetónicas, apesar de obviamente serem estas a que maior destaque merecem.

# Considerações Finais

---

A literatura refere que a ligação do Património com as populações sempre foi baseada, essencialmente, em emoções. Assim se compreende facilmente que os primeiros sinais indicativos da necessidade de proteção e preservação do Património estivessem ligados a um cariz religioso ou mitológico. A guerra milenar travada pela cidade de Jerusalém é talvez o exemplo mais significativo ou, pelo menos, mais longínquo no tempo, da vontade dos povos em lutarem por lugares que consideram “seus”. Mesmo quando as ciências da arqueologia e história vêm atestar que muitas vezes os locais de culto se situam em lugares diferentes do que eram originalmente, as populações defendem aquilo que entendem como “seu” património. É esta diferença essencial - entre o que é um facto histórico comprovado e o processo que conduz a que o Património se transforme num processo emocional, isto é, quando passa a ser entendido como o Património de alguém ou de uma região - que leva a que este adquira a sua significância e importância para as sociedades. A este fator alia-se a capacidade de atrair visitantes a um determinado lugar, passando, neste caso, a fazer parte integrante dos mercados económicos ao unir-se à indústria do turismo, uma das mais importantes indústrias para as sociedades modernas. Atualmente, a indústria do turismo e a indústria do Património, não só colaboram na preservação de sítios patrimoniais, como constituem um importante contributo no desenvolvimento das economias locais, muitas delas totalmente dependentes das atrações turísticas de determinado lugar. Em última instância, podemos afirmar que o Património se transforma num produto de marketing, obrigado, como qualquer outro produto, a captar a atenção e interesse do público. Neste campo, a maior valia que o Património possui é o valor de diferenciação que consegue imprimir a determinado lugar ou região.

Numa época de globalização, onde a tendência é no sentido de uniformizar – quer no campo da economia, quer no respeitante aos valores sociais e culturais, o Património vem contribuir para uma diferenciação das culturas regionais. O Património, material ou imaterial, de uma região passa a ser valorizado como um processo de diferenciação que, deste modo, colabora para o desenvolvimento da economia de determinada região. Um dos indicadores mais visíveis deste processo é mesmo apelidado de «patrimonialização», sendo que as cidades e lugares que concorrem a



Património Mundial da Humanidade tem vindo a crescer consideravelmente, estando aliado a este facto o comprovado acréscimo de turismo a estes lugares após a nomeação atribuída pela UNESCO. Também as questões patrimoniais vêm a ocupar um lugar cada vez mais importante nas políticas regionais, atuando não raras vezes como forma de propaganda nas políticas locais e mesmo nacionais. No entanto, é também neste ponto que reside a maior ameaça sobre a capacidade do Património continuar a desenvolver uma identidade própria que cultiva a forte ligação emocional com as populações. Quando determinada região transforma o Património local em algo que estrutura o seu desenvolvimento como um produto turístico, entrando deste modo no mercado económico, esta identidade histórica, característica e única, corre o risco de se tornar em algo homogéneo e desprovido de carácter, que com o tempo vem contribuir não para o bem estar geral das populações mas antes a assumir um comportamento próprio de qualquer produto inserido num mercado económico a uma escala global.

Desta forma, optou-se por uma análise do caso da cidade do Porto que, aquando da sua candidatura a Património Mundial da Humanidade, apresentava uma série de objetivos que passavam pela melhoria das condições sociais, culturais e urbanísticas da cidade, com o intuito de melhorar as condições de vida da sua população e atrair um maior número de turistas. Um dos objetivos desta investigação passa precisamente por compreender que tipo de discurso está associado ao Património da cidade do Porto. A análise levada a cabo aos média permitiu observar alguns dados interessantes:

- A relevância dada aos artigos relacionados com as instituições governamentais. Mesmo quando a cidade se torna num forte polo turístico, com um crescente número de iniciativas privadas, que se fazem sentir quer ao nível da intervenção cultural como ao nível de intervenções urbanísticas no Centro Histórico, a Câmara Municipal do Porto, assim como os organismos governamentais, continuam a assumir o papel principal como interveniente nas notícias. De realçar igualmente que as Fontes que dão origem às notícias provêm na sua maioria de organismos institucionais. Deste modo observamos positivamente o defendido por Wolf na teoria dos «Efeitos Limitados», onde os meios de comunicação de massa são muitas vezes o veículo indireto na transmissão de determinadas mensagens.

- Apesar de a Igreja ser um dos principais proprietários dos edifícios do Centro Histórico do Porto, e atendendo à influência que ainda detém na sociedade portuguesa, este facto não se traduz nos artigos analisados, onde a relevância dada a esta instituição está longe de ser considerável.

- O recurso ao tema da Identidade Histórica associada ao Património Edificado vem reforçar a forte ligação do Património enquanto memória coletiva de uma sociedade e impulsionador de suscitar nas populações locais uma mentalidade de preservação e estreita ligação ao Património da região onde habitam.

- Apesar de se fazerem sentir diversas intervenções na área Património Mundial da Humanidade, muitas delas acompanhando o conceito de *uso* associado aos edifícios históricos, isto é a alteração de determinado edifício passível de ser utilizado com outro fim que não aquele que lhe era originariamente atribuído, são no entanto as Intervenções no Espaço Público aquelas que maior destaque assumem nos meios de comunicação social.

- A intervenção direta das populações, na defesa do que é entendido como “seu” Património, que se traduz num forte aumento de Associações Cívicas e movimentos populares. Neste ponto reside uma das observações mais interessantes de toda a investigação, onde pela análise levada a cabo é possível comprovar que numa era de homogeneidade cultural a ligação entre o Património e as populações é passível de ser defendida, concorrendo para a criação de uma forte identidade histórica, cultural e social visando o desenvolvimento e bem estar das regiões, onde as populações devem ser consideradas uma parte ativa nas decisões governamentais.

A originalidade deste trabalho centra-se sobretudo na quantificação de dados recolhidos, que abrangem um período considerável (no total, desde dezembro de 1996 até dezembro de 2011), no qual se fazem sentir importantes mudanças no rumo que a cidade vem a seguir. O que se pretendia inicialmente era perceber se os média acompanhavam estas mudanças e se os discursos dos seus intervenientes apontavam nessa direção, o que se vem a verificar de uma forma afirmativa. Os dados relativos aos movimentos cívicos e à capacidade que as populações tiveram de se organizar na defesa do Património da cidade, mesmo quando, como no caso da Avenida dos Aliados, estava em causa o metro há tanto aguardado, são aqueles, que em nosso entender, maior relevância merecem. Assim se ressalva o que é referido na literatura, sobre o facto de as populações tenderem a defender o que entendem como seu Património. Nesta dinâmica, elas tornam-se cada vez mais ativas e cresce a necessidade de serem consideradas nas intervenções levadas a cabo. Um outro dado merecedor de destaque conduz-nos ao recurso à Identidade Histórica quando analisamos Património Edificado, assim como, pela quantidade de temas analisados, podemos observar que o Património centra a sua

importância para lá das intervenções urbanísticas e aqui se ressalva o seu carácter emocional na ligação a uma região. O facto de o Património não ser um conceito estático, confere-lhe um grau de modernidade que permite acompanhar a constante evolução das sociedades modernas. Aliás, permite não só acompanhar esta evolução, assim como ser parte constituinte e ativa em todo o processo de transformação, que se faz sentir em especial na Era Global em que vivemos.

Apesar de, a amostra ser suficientemente abrangente, admitimos que poderia ter sido analisado um maior número de meios de comunicação social, como seria também interessante uma análise aos anos anteriores a 1996 de modo a ser exequível uma comparação dos diferentes níveis de discurso, assim como uma análise de conteúdo mais centrada nas várias dimensões dos temas analisados, mas sendo a barreira do tempo um fator inultrapassável numa tese de mestrado, tal não se veio a revelar praticável.

## Bibliografía

---

**López Aguilera**, Inaki (2000), *Cultura y Ciudad, Manual de Política Cultural Municipal*. Gijón: Ediciones Trea.

**Almeida**, C.A. Ferreira (1993), “Riegl e Hoje”. *Revista da Faculdade de Letras*, II Série, Vol. X, 407-416. Porto: Universidade do Porto.

**Almeida**, C.A. Ferreira (1998), *Património o seu Entendimento e a sua Gestão* (2ª edição). Porto: Edições ETNOS. ISBN: 972-96935-3-6.

**Amaral**, Maria da Conceição (2002), *Caminhos do Gharb – Estratégia de Interpretação do Património Islâmico no Algarve: O caso de Faro e Silves*. Faro: Comissão de Coordenação da Região do Algarve. ISBN 972 643 124 7.

**Ashworth**, Gregory e **Howard**, Peter (1999), *European Heritage Planning and Management*. Oregon: Intellect Books.

**Ballart**, J. e **Juan – Tresserras**, J. (2005), *Gestión del Patrimonio Cultural* (2ª edición). Barcelona: Editorial Ariel. ISBN 84-344-6643-0.

**Bardin**, Laurence (1977), *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

**Bawa**, Anand Singh (1999), “Contribution of Community in The Conservation of Cultural Property and Living Heritage”, in Wiendu Nuryanti (org.), *Heritage, Tourism and Local Communities*. Indonésia: Gadjah Mada University Press, 229 – 242. ISBN 979 420 453 6.

**Canclini**, Néstor García (2000), “Cultural Policy Options in the Context of Globalization” in *The Politics of Culture*. New York: The Center for Arts and Culture, 302 -326. ISBN: 1 56584 572.

**Carvalho**, Nuno Vieira de (2006), *Cultura Urbana e Globalização*. Documento em formato PDF retirado do sítio [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt).

**Castells**, Manuel (1997), *O Poder da Identidade*. Lisboa: Fundação Clouste Gulbenkian. ISBN 972-31-1008-3.

**Castells**, Manuel (1998), *O Fim do Milénio*. Lisboa: Fundação Clouste Gulbenkian. ISBN 972-31-1055-5.

**Cóias e Silva**, Vítor (2002), “Custos e Proveitos da Autenticidade”, in *Ciclo de Debates 1999 – Património e Turismo*. Lisboa: Instituto de Apoio e Financiamento ao Turismo, 55-78. ISBN 972-95339-3-8.

**Corner**, John e **Harvey**, Sylvia (1991), “Mediating tradition and modernity: the heritage/enterprise couplet” in John Corner e Sylvia Harvey (orgs.), *Enterprise and Heritage*. London: Routledge, 45 – 75. ISBN: 0-415-04702-1.

**Deacon**, David; **Pickering**, Michael; **Golding**, Peter e **Murdock**, Graham (1999), “Counting Contents” in *Researching Communications: A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis*. London/New York: Arnold/Oxford University Press, Enguin Books. ISBN: 978 014 1035 826.

**Fernandes**, António Teixeira (2002), “Poder Local e Turismo Social”. *Revista do Instituto de Sociologia da Faculdade de Letras*, Vol. XII, 9-26. Porto: Universidade do Porto.

**Público** (2006), “Se Queres Recuperar um Edifício na Baixa do Porto, Publicitem no Blogue”, 1 de Outubro (artigo em ficheiro PDF).

**Greenfield-Gilat**, Yehuda (2008), “Through Form and Content” in Yehuda E. Kalay, Thomas Kvan e Janice Affleck (orgs.), *New Heritage, New Media and Culture Heritage*. London: Routledge, 53-66. ISBN: 978.0.415.77356.0.

**Guillaume**, Marc (2003), *A Política do Património*. Porto: Campo de Letras. ISBN: 972-610-704-0.

**Guimarães**, Margarida; **Loza**, Rui Ramos e **Moura**, António (2010), *Management Plan Historic Centre of Porto World Heritage*. Porto: Câmara Municipal do Porto e Porto Vivo, SRU. ISBN: 978-989-96862.

**Camarero Izquierdo**, Carmen e **Garrido Samaniego**, María José (2008), *Marketing del Patrimonio cultural*. Madrid: Ediciones Pirámide. ISBN: 978-84-368-1863-5.

**Jankowski**, Nicholas W. e **Jensen**, Klaus Bruhn (1991), *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London: Routledge. ISBN 0-415-05405-2.

**Jorge**, Virgolino Ferreira (2000), “Património e Identidade Nacional”. Évora: Universidade de Évora (ficheiro em PDF).

**Kalay** Yehuda E.; **Kvan**, Thomas e **Affleck**, Janice (orgs.), (2008), *New Heritage, New Media and Culture Heritage*. London: Routledge. ISBN: 978.0.415.77356.0.

**Kirshenblatt-Gimblett**, B. (1998), “Destination Culture: Tourism Museums and Heritage”. Berkeley: University of California Press.

**Kotler**, Philip; **Haider** e **Rein** (1995), “O Marketing das Cidades”. Público, 6 de Novembro.

**Kotler**, Philip (2003), *Marketing de A a Z*. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, Lda. ISBN: 85035201165 9.

**Kotler**, Philip (2011), *Marketing 3.0*. Lisboa: Actual Editora. ISBN: 978-989-694-004-1.

**Kovach**, Bill e **Rosenstiel**, Tom (2004), *Os elementos do Jornalismo*. Porto: Porto Editora.

**Licínio** (1997), *Economia e política do Turismo*. Lisboa: McGraw-Hill. ISBN 972-8298-52-8.

**Lowenthal**, David (1998), *The Heritage Crusade and the spoils of history*. Cambridge: Press Syndicate of the University of Cambridge.

**Loza**, Rui Ramos e **Moura**, António (1993), “Processo da Candidatura da Cidade de Porto à classificação pela UNESCO como Património Cultural da Humanidade”. Porto: Câmara Municipal do Porto.

**Martín**, Marcelo (2001), “Sobre el necesario vínculo entre el patrimonio y la sociedad Reflexiones críticas sobre la Interpretación del Patrimonio”. *Património Estudos-IGESPAR*, 1, 25-37.

**Nworah**, Uche (2006), “Rebranding Nigeria: Critical Perspectives on the Heart of Africa Image Project”. Documento em ficheiro PDF retirado do sítio [www.brandchannel.com](http://www.brandchannel.com).

**Palladino**, Anna Victoria (2010), “Constructing heritage in the global age: the convergence of patrimony and media in cultural tourism”. Georgetown University. UMI Number: 1475332.

**Ralha**, Paulo Alexandre (2006), “Análise do Valor Turístico-Patrimonial do Minho”, Tese de Mestrado em Património e Turismo. Braga: Universidade do Minho.

**Rapagão**, João Paulo (1999), “Recuperar e Produzir Património para o Turismo – Intervir entre a Verdade, a Qualidade e a Viabilidade”. *Ciclo de Debates 1999 – Desenvolvimento e Turismo*, 28 – 34. Lisboa: Instituto de Apoio e Financiamento ao Turismo. ISBN 972-95339-3-8.

**Reason**, Matthew e **García**, Beatriz (2007), “Approaches to the newspaper archive: content analysis and press coverage of Glasgow’s Year of Culture”. University of Glasgow, Reino Unido.

**Riegl**, Aloïs (2008), *El Culto Moderno a los Monumentos* (3ª edición). Madrid: A. Machado Libros, S.A.. ISBN: 978-84-7774-001-8.

**Serra**, Antoni (2007), *Marketing Turístico*. Madrid: Ediciones Pirámide. ISBN 978 84 368 1653 2.

**Ster**, Mark J. e **Seifert**, Susan C. (2000), “Re-presenting the City: Arts, Culture, and Diversity in Philadelphia” in *The Politics of Culture*. New York: The Center for Arts and Culture, 286 – 300. ISBN: 1 56584 572 2.

**Throsby**, David (2001), *Economics and Culture*. Cambridge: Press Syndicate of the University of Cambridge. ISBN: 0521 58639 9.

**Villiers**, Dawid J. de (1999), “The Role of Tourism in Heritage and Community Development”, in Wiendu Nuryanti (org.), *Heritage, Tourism and Local Communities*. Indonésia: Gadjah Mada University Press, 13 – 18. ISBN 979 420 453 6.

**Vivaldi**, Martín (1982), “Géneros Periodísticos”, in Albertos, José Luis Martinez (org), *Curso General de Redacción Periodística*. Barcelona: Editorial Mitre.

**Wallach**, Glenn (2000), “Culture and Policy from the Local to the Global” in *The Politics of Culture*. New York: The Center for Arts and Culture, 253 – 25. ISBN: 156584 572 2.

**Wolf**, Mauro (1999), *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença. ISBN 972-23-1440-8.



## Fontes Documentais

---

**Gabinete de Monitorização do Plano de Gestão do Centro Histórico do Porto Património Mundial** (2011). “1º Relatório de Monitorização”. Documento em ficheiro PDF retirado do sítio [www.igespar.pt](http://www.igespar.pt).

**INAC** – Instituto Nacional de Aviação Civil, I.P. (2010). “Evolução do Transporte Aéreo no Aeroporto Francisco Sá Carneiro 1990-2009”. ISBN: 978-989-95680-9-9.

**IPDT** - Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo (2008). “Porto e Norte de Portugal - Estratégia de Marketing Turístico 2008”. Documento em PDF.

**Turismo de Portugal, I.P.** (2006). “City-breaks – 10 Produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal”. Documento em PDF.

**UNESCO** (1972). “Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage”. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation. Documento em ficheiro PDF retirado do sítio <http://whc.unesco.org>, 18/04/2011.

**UNESCO** (1976). “Recomendação de Nairobi”. Documento em ficheiro PDF retirado do sítio <http://embarecr.com>, 1/06/2011.

**UNESCO** (2003). “Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial”. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation. Documento retirado do sítio [www.unesco.pt](http://www.unesco.pt), 31/05/2001.

## Anexo 1

### Manual de Codificação

Base de Dados
---------------

Ano

Mês

Dia

A preencher relativamente ao artigo analisado. Esta base de dados vai permitir não só a organização de toda a grelha, como a identificação dos períodos de maior quantidade de notícias.

Tipo de Artigo
----------------

#### 1 | Entrevista

#### 2 | Reportagem

A reportagem é um género informativo que relata o acontecimento de forma objetiva e através de um “estilo direto”. Isto é, encerra maior “liberdade expositiva do que a notícia.” (Vivaldi 1982, 316).

#### 3 | Notícia

„ (...) notícia é o género jornalístico por excelência. Narra de um modo “sucinto e completo um facto actual, digno de ser conhecido e divulgado.” (Vivaldi 1982, 297).

#### 4 | Opinião

Aqui considera-se um artigo onde claramente se exprime a opinião de quem o escreve, incluindo o Editorial “*often the focus of discourse analysis*” (Reason e García 2007, 11)

## Fontes

### 0 | Não se aplica

Quando se trata por exemplo de um artigo de opinião.

### 1 | Reportagem in loco

#### 1 | Dados Demográficos/Census

Quando o artigo é baseado em estudos que se prendem com esta temática.

### 3 | Relatório de Investigação / Relatório Técnico/Estudos Prévios e Estudos de Marketing

Neste ponto incluem-se todos os outros estudos que se relacionam com a cidade do Porto, onde por exemplo incluímos o PDM (Plano Diretor Municipal).

### 4 | Conferências de Imprensa / Press Release

### 5 | Agência de Notícias

A fonte da notícia é uma agência noticiosa e está assinalado como tal.

### 6 | Assembleia Municipal

No caso do estudo em questão, Assembleia Municipal remete sempre para as assembleias da Câmara Municipal do Porto.

### 7 | Outros/nenhuma mencionada

Sempre que a fonte da notícia não vem identificada com clareza.

### 8 | Audiência Parlamentar

### 9 | Blogoesfera

Considerando aqui informação proveniente deste meio, quando claramente identificada como tal.

## Atores

Foram considerados dois grupos de atores: os principais, isto é, os que mais destaque têm no artigo, e os secundários. Na avaliação foram tidos em conta critérios como as vezes que são mencionados ou se há discurso direto dos mesmos.

### 1 | Políticos: governo central

### 2 | Autarquia: partido no poder

### 3 | Autarquia: oposição

4 | Políticos: Junta de Freguesia

5 | Entidades Municipais

Entidades com tutela municipal, como por exemplo o CRUARB.

6 | Organismo Público

7 | Especialistas

Neste ponto concentram-se especialistas da matéria em questão, como por exemplo historiadores e arquitetos.

8 | Comerciantes

9 | Cidadão Comum

10 | Igreja

11 | Sociedade Porto 2001/Casa da Música Porto 2001

12 | Outros

13 | Investidores Privados

14 | Agentes Culturais

15 | Associações cívicas

16 | Parcerias Público Privado

Atitude dos Atores
--------------------

Neste ponto o que se pretende avaliar é qual a atitude dos atores. Isto é, se a situação gera conflito ou concordância.

0 | Não aplicável

Quando por exemplo se trata de um artigo de opinião baseado em fatos históricos.

1 | Conflito entre as partes.

2 | Concordante

3 Quando se verifica um clima de concordância entre os atores.

Temas
-------

Também neste ponto houve a opção de dividir os temas em 3 (Tema 1, Tema 2 e Tema 3), sendo a sua divisão feita por ordem decrescente de importância no artigo.

#### 1 | Identidade: nacional

Este código diz respeito a referências relacionadas diretamente com a identidade portuguesa, sobrepondo-se às da cidade.

#### 2 | Identidade: Histórica – diretamente relacionada com a cidade do Porto.

#### 3 | Identidade: Cultural - diretamente relacionada com a cidade do Porto.

#### 4 | Identidade: Social - diretamente relacionada com a cidade do Porto.

#### 5 | Achados arqueológicos no Centro Histórico Património Mundial da Humanidade

#### 6 | Factores económicos

#### 7 | Criação de postos de trabalho

#### 8 | Turismo

#### 9 | Referências internacionais feitas à cidade

Que venham mencionadas no jornal analisado. Por exemplo quando uma notícia é publicada ou transmitida num órgão de comunicação estrangeiro e que esse fato se torne por ele mesmo notícia no jornal analisado.

#### 10 | Política cultural

#### 11 | Infraestruturas de raiz

Respeita a intervenções de raiz, algo que é feito de novo e não uma reconstrução ou restauro, projetadas para o Centro Histórico.

#### 12 | Intervenção no centro histórico

Respeita a intervenções urbanísticas feitas no espaço público.

#### 13 | Reabilitação para fins de outros usos

Respeita a intervenções em edifícios existentes com vista à sua adaptação para novos usos (diz especialmente respeito aos quarteirões com interesse público).

#### 14 | Reabilitação de monumentos ou em vias de classificação

#### 15 | Estudos sobre a Cidade do Porto

#### 16 | Projectos Culturais sobre a cidade do Porto

#### 17. | Comércio Tradicional

#### 18 | Comunicação e Marketing

#### 19 | Segurança Pública

#### 20 | Casa da Música

#### 21 | Outros

Refere que é Património Mundial da Humanidade

0 | Não se aplica

1 | Sim – é mencionado diretamente.

2 | Não – refere como centro histórico ou ”baixa“.

Refere o Projeto Porto 2001

O projeto Porto 2001 foi analisado totalmente na perspetiva da intervenção urbanística, não sendo contabilizados os artigos onde se aborde a temática cultural.

0 | Não se aplica

1 | Sim

2 | Não

Tom do Artigo

1 | Neutro

2 | Atitude Negativa

3 | Atitude Positiva

4 | Análise negativa (satírica)

5 | Análise Positiva (enaltece)

Capitais

0 | Não aplicável

1 | UE (União Europeia)

2 | Estado Central

3 | Autarquia

4 | Privado

5 | UE + Estado

6 | UE +Autarquia

7 | UE + Privado

8 | Estado + Autarquia

9 | Estado + Privado

10 | Autarquia+Privado

11 | Igreja

12 | Publico privado

13 | Não mencionado

## **Anexo 2**

**Tabela Completa com o Cruzamento de Dados entre as variáveis Ator 1 e o Número de Artigos.**

<b>Artigos</b>				
<b>Atores</b>	<b><u>Ator 1</u></b> <b><u>(Nº)</u></b>	<b><u>Ator 1 (%)</u></b>	<b><u>Ator 2</u></b> <b><u>(Nº)</u></b>	<b><u>Ator 2</u></b> <b><u>(%)</u></b>
<b>Governo Central</b>	20	4,0%	18	4,5%
<b>Autarquia: partido no poder</b>	209	42,1%	104	26,3%
<b>Autarquia: oposição</b>	33	6,7%	31	7,8%
<b>Junta de Freguesia</b>	2	0,4%	6	1,5%
<b>Entidades Municipais</b>	37	7,5%	33	8,3%
<b>Organismos Públicos</b>	28	5,6%	38	9,6%
<b>Especialistas</b>	24	4,8%	25	6,3%
<b>Comerciantes</b>	14	2,8%	19	4,8%
<b>Cidadão Comum</b>	7	1,4%	23	5,8%
<b>Igreja</b>	3	0,6%	4	1,0%
<b>Sociedade Porto 2001</b>	16	3,2%	9	1,3%
<b>Outros</b>	29	5,8%	32	8,1%
<b>Investidores Privados</b>	27	5,4%	30	7,6%
<b>Agentes Culturais</b>	8	1,6%	15	3,8%
<b>Associações Cívicas</b>	35	7,1%	6	1,5%
<b>Parcerias publico/privado</b>	4	0,8%	2	0,5%

### Anexo 3

**Tabela Completa com o Cruzamento de dados entre as variáveis Atores 1 e Capitais.**

<b>Capitais</b>					
	<b>Atores 1</b>				<b>Porto 2001</b>
	<b>Autarquia</b>	<b>Privados</b>	<b>Entidades Municipais</b>	<b>Público/ Privado</b>	
<b>Não se aplica</b>	102	2	10	0	4
<b>UE</b>	2	0	1	0	1
<b>Estado Central</b>	4	0	2	0	4
<b>Autarquia</b>	31	0	11	0	1
<b>Privado</b>	3	22	0	0	0
<b>UE + Estado</b>	1	0	0	0	2
<b>UE + Autarquia</b>	8	0	1	0	0
<b>UE + Privado</b>	1	0	0	0	0
<b>Estado + Autarquia</b>	10	0	2	0	1
<b>Estado + Privado</b>	3	0	0	0	0
<b>Autarquia + Privado</b>	10	3	3	0	1
<b>Igreja</b>	0	0	0	0	0
<b>Não mencionado</b>	<b>34</b>	<b>0</b>	7	<b>4</b>	2
<b>Total</b>	209	27	37	4	16